



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

И.А. Кузнецова

« 11. » _____ 2021 года

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью

Прием 2018 год

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Русский язык и культура речи»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к базовой 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 как одно из проявлений культуры. Становление и развитие русского национального языка.
2.	Язык как знаковая система. Функции языка. Формы существования языка. Понятие языка и речи. Разновидности речи.
3.	Функционально-смысловые типы речи. Функциональные стили современного русского языка.
4.	Основы речевого воздействия. Виды общения. Законы общения. Эффективность речевой коммуникации. Вербальные и невербальные средства общения.
5.	Особенности устной публичной речи. Публичное выступление и его виды. Подготовка речи. Словесное оформление публичного выступления.
6.	Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения
7.	Этико-социальные аспекты культуры речи

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Иностранный язык» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование компетенции, владение которой позволяет решать разнообразные задачи межличностного и межкультурного взаимодействия в устной и письменной формах на иностранном языке;
- увеличение объема знаний студентов о достижениях народов – носителей изучаемого иностранного языка;
- развитие у студентов толерантности и уважения к духовным ценностям других народов, готовности содействовать налаживанию международных деловых связей.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 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.	Аттестация.
5.	Лексика по темам: - Этническое и культурное многообразие в мире - Проблемы молодежи в странах изучаемого языка - Политическое устройство США и Великобритании
6.	Грамматика: - Глагол (времена, залог). Особенности употребления и перевода пассивных конструкций на русский язык.
7.	Аттестация.
8.	Грамматика: сложные предложения согласование времен.
	Лексика по темам: - Электоральные системы в странах изучаемого языка - Транснациональные компании - Искусство публичного выступления
9.	Итоговая аттестация

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «История»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «История» относится к базовой 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 6 зачетных единиц, 216 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
36.	Социально-экономическое развитие России в конце XIX - начале XX вв.
37.	Россия накануне революции 1905-1907 гг.
38.	Русско-японская война 1904-1905 гг.
39.	Революция 1905-1907 гг.
40.	Столыпинская аграрная реформа.
41.	Россия в период третьеиюньской монархии и в годы Первой мировой войны.
42.	Внешняя политика России в 1907-1914 гг. Первая мировая война.
43.	Февральская революция 1917 г.
44.	Положение в стране после Февральской революции.
45.	Россия в условия двоевластия.
46.	Нарастание революционного кризиса и его разрешение.
47.	Начало формирования Советской политической системы (1917-1918 гг.).
48.	Гражданская война в России.
49.	Политика «военного коммунизма» и ее значение.
50.	Переход к НЭП. Осуществление НЭПа. Итоги.
51.	Политика индустриализации.
52.	Коллективизация сельского хозяйства.
53.	Экономическое развитие страны в 1933-1939 гг.
54.	Социально-политическое развитие Советского государства в конце 1920-х - 1930-е годы.
55.	Внешняя политика СССР в 1917 – 1939 гг.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Культурология»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Культурология» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров знаний о культурно-исторической типологии, представлений об основных методах изучения разных культур.
- формирование у прикладных бакалавров научного представления основных положений и фактов из истории культуры России и мира;
- 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 2 зачетные единицы, 72 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 «Психология»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Психология» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у слушателей - формирование у слушателей основных психологических знаний;
- формирование развитие интереса студентов к образовательной деятельности;
- формирование умений работать с соответствующей научной литературой;
- содействие развитию профессионально-педагогического мышления;
- формирование у студентов представления о психологии как гуманитарных науке, имеющей большое значение в процессах образования и самообразования. о ее месте и роли в жизни человека и общества.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Психология как гуманитарная дисциплина.
2.	Познавательные психические процессы
3.	Психология личности
4.	Общение как категория психологии

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социология»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Социология» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление слушателей с основами социологии, с понятийным аппаратом, с историей становления этой науки об обществе;
- приобретение слушателями знаний о взаимодействии социологии и истории;
- формирование глубоких знаний и развитию 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 базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- способствовать созданию у студентов целостного системного представления о мире и месте человека в нем, а также формированию и развитию философского мировоззрения и мироощущения;
- научить студентов выявлять, систематизировать и критически осмысливать мировоззренческие компоненты, включенные в различные области научного знания и культуру в целом;
- развить у студентов интерес к фундаментальным знаниям, стимулировать потребности к философским оценкам исторических событий и фактов действительности;
- формировать духовный мир личности, осознающей свое достоинство и место в обществе, цели и смысл своей жизни, социальной активности, а потому, ответственной за свои поступки и способной принимать решения;
- сформировать адекватную современным требованиям методологическую культуру, позволяющую учитывать в профессиональной деятельности социальные, экологические и психологические последствия последней, увязывать разнородные технические, экологические и культурные факторы в единый системный комплекс.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Философия, ее предмет и место в культуре.
2.	Философия Древнего мира
3.	Античная философия
4.	Средневековая философия и философия эпохи Возрождения
5.	Эмпиризм и рационализм в европейской философия Нового времени
6.	Классическая немецкая философия и философия марксизма
7.	Иррационализм в европейской философии 19 в.
8.	Современная западная философия
9.	История русской философии
10.	Философское учение о бытии (онтология)
11.	Философия сознания
12.	Проблема познания (гносеология)
13.	Философские проблемы науки и техники
14.	Философская антропология
15.	Социальная философия и философия истории
16.	Философия культуры

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экономика»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Экономика» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- изучение теоретических основ и закономерностей функционирования рыночной экономики, выделение 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.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Объект, предмет и метод экономической теории.
2.	Основы теории спроса и предложения. Рыночное равновесие.
3.	Теория потребительского поведения
4.	Фирма, ее издержки и прибыль.
5.	Рынки совершенной и несовершенной конкуренции.
6.	Национальная экономика: цели и результаты развития.
7.	Теории макроэкономического равновесия.
8.	Макроэкономическое неравновесие: инфляция и безработица.
9.	Бюджетный дефицит и государственный долг. Внешний и внутренний государственный долг. Денежный рынок и денежно-кредитная политика.
10.	Итоговая аттестация.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Математика и статистика»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Математика и статистика» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- научить студентов классифицировать возникающие математические задачи и применять необходимые способы решения, а также уметь воспользоваться математической литературой;
- обеспечить приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом;
- развить математическую культуру обучающегося, навыки математического мышления, использования математических, статистических методов и основ математического моделирования.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Основные понятия математики.
2.	Линейная алгебра.
3.	Аналитическая геометрия.
4.	Введение в математический анализ. Функции.
5.	Элементы теории вероятностей и математической статистики.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Компьютерные технологии и информатика»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление слушателей с основными понятиями информатики, местом и ролью информатики в системе научных дисциплин, с передовыми информационными и коммуникационными технологиями, правовыми режимами функционирования информационных систем, методами и приемами автоматизации документооборота за счет использования средств вычислительной техники;
- формирование конкретных практических навыков обработки информации с помощью современных программных средств, использования компьютерных технологий в решении профессиональных задач и в образовательном процессе.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Теоретические основы информатики.
2.	Общий состав персональных ЭВМ и вычислительных систем.
3.	Программное обеспечение вычислительной техники.
4.	Современные операционные системы.
5.	Основы работы в текстовом процессоре Microsoft Word.
6.	Основы работы в электронных таблицах Microsoft Excel.
7.	Система управления базами данных Microsoft Access.
8.	Основы работы со средствами создания электронных презентаций.
9.	Основные понятия о локальных и глобальных сетях.
10.	Локальные сети.
11.	Глобальные сети.
12.	Работа с информацией в компьютерных сетях.
13.	Алгоритмизация и языки программирования. Краткие сведения о развитии языков программирования. Методика подготовки и решения задачи на ЭВМ. Способы записи алгоритма. Алгоритм и его свойства. Средства для описания алгоритмов. Схема алгоритмов.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы теории коммуникации»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к базовой части Блока 1 и входит в модуль «Коммуникология».

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о теории коммуникации;
- изучение становления «Основ теории коммуникации» как научного направления и учебной дисциплины;
- рассмотрение основных направлений коммуникативистики;
- формирование знаний о специфике отрасли знания;
- изучение способов взаимодействия между людьми в современном обществе.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 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: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социология массовых коммуникаций»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к базовой части Блока 1 и входит в модуль «Коммуникология».

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления о системе массовой коммуникации, ее функционировании и развитии, существенных характеристиках, определении роли массовых коммуникаций в социуме и их влияния на различные социальные структуры с целью применения полученных знаний и навыков на практике.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Массовая коммуникация как объект научного анализа. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки.
2.	Возникновение массовой коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как социальная подсистема.
3.	Средства массовой коммуникации и власть.
4.	Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации. Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации.
5.	Реклама в средствах массовой коммуникации.
6.	Медиа-исследования в социологии: типология и методы.
7.	Коммуникатор и социологические методы его изучения.
8.	Содержание информации и методика ее анализа.
9.	Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации: медиа- измерения.
10.	Социологические исследования аудитории.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Психология массовых коммуникаций»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к базовой части Блока 1 и входит в модуль «Коммуникология».

2. Цели освоения дисциплины:

- приобретение студентами знаний о процессах массовых коммуникаций, создание представления о значении массовых коммуникаций, осуществляемых посредством средств массовой информации в функционировании информационного общества;
- ознакомление с психологическими теориями массовых коммуникаций;
- приобретение навыков организации и проведения исследований массовых коммуникаций, формирование умений применять методы и методики психологического исследования в новом проблемном поле, составлять письменный отчет о результатах проведенного исследования;
- ознакомление с технологиями управления массовыми коммуникациями, в том числе, манипулятивными, и средствами защиты от них.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Психология массовых коммуникаций: введение.
2.	Психологические теории и модели массовой коммуникации. Эффекты воздействия СМИ.
3.	Психологическая структура массовой коммуникации.
4.	Когнитивная и аффективная составляющие восприятия информации в СМИ.
5.	Массовые коммуникации как предмет социально-психологических исследований. Методы изучения массовых коммуникаций.
6.	Социальная психология массовых коммуникаций. Управление социальными коммуникациями. Манипулирование в СМИ.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика массовой информации»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к базовой части Блока 1 и входит в модуль «Коммуникология».

2. Цели освоения дисциплины:

- ввести основные понятия, обслуживающие область коммуникативной практики языковой личности;
- познакомить студентов с актуальными проблемами теории и практики массовой информации, дать им представление о системе и типологии коммуникативных кодов и принципах выбора кода с учетом социальных и культурно-исторических условий реализации коммуникативного продукта;
- помочь студентам овладеть умением ориентироваться в многообразии видов коммуникативных продуктов в зависимости от канала связи, способов предъявления авторского намерения, предполагаемого запроса адресной аудитории, умением создавать и рецензировать коммуникативный продукт в соответствии с выработанными критериями оценки эффективной коммуникации в контексте массовой коммуникации.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 ак. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Процесс коммуникации и его составляющие. Коммуникативные технологии : теоретическое осмысление и прикладные инструментальные модели.
2.	Цели и задачи коммуникации. Стратегии и тактики взаимодействия. Эффективность и продуктивность коммуникации. Формы коммуникации.
3.	Система и типология коммуникативных знаков. Поликодовое пространство современной массовой информации.
4.	Основные виды речевой деятельности. Способы получения, хранения и переработки информации в ходе профессиональной коммуникации.
5.	Коммуникативная личность: теоретическое осмысление прикладные характеристики.
6.	Современные коммуникативные процессы и новые коммуникативные продукты.
7.	Исторические формы коммуникации. Понятие массовой коммуникации.
8.	Массовая информация и ее роль в современном мире.
9.	Технологические средства распространения массовой информации. Поликодовое пространство.
10.	Медийное пространство массовой коммуникации и его особенности. Медиатекст.
11.	Журналистика и массовая коммуникация. Медиарилейшнз.
12.	Имидж и стратегия позиционирования. Репутация. Паблсити.
13.	Теория и технология ивент-мероприятий для массовой аудитории.
14.	Корпоративная культура и ее составляющие. Корпоративные средства распространения информации.
15.	Кризисный PR и его роль в работе с массовой аудиторией.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы интегрированных коммуникаций
(рекламы и связей с общественностью)»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» относится к базовой части Блока 1 и входит в модуль «Интегрированные коммуникации».

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование теоретических знаний и практических навыков по планированию и реализации интегрированной коммуникационной деятельности с целью продвижения юридического или физического лица;
- освоение теоретических основы интегрированной коммуникационной деятельности;
- изучение основных форм и средств коммуникационной деятельности;
- выработать практические навыки по планированию и проведению интегрированных коммуникационных кампаний;
- ознакомление с современными тенденциями коммуникационной деятельности.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Содержание и особенности интегрированных коммуникаций.
2.	Основные формы коммуникационной деятельности.
3.	Медиасопровождение в интегрированных коммуникациях.
4.	Интегрированная коммуникационная кампания: планирование и проведение.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

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

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы менеджмента» относится к базовой части Блока 1 и входит в модуль «Менеджмент».

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров представления о деятельности организации и особенностях воздействия на неё факторов внешнего окружения;
- ознакомление с подходами к анализу деятельности организации и её окружения;
- ознакомление с концепциями, подходами и инструментами управления современными организациями;
- изучение функций и ресурсов менеджмента.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в менеджмент.
2.	История управленческой мысли.
3.	Внутренняя среда организации.
4.	Внешняя среда организации.
5.	Планирование как функция управления.
6.	Организация как функция управления.
7.	Мотивация как функция управления.
8.	Контроль как функция управления.
9.	Групповая динамика.
10.	Власть.
11.	Лидерство.
12.	Конфликты, изменения, стрессы.
13.	Коммуникации.
14.	Принятие решений.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика переговорного процесса»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Теория и практика переговорного процесса» относится к базовой части Блока 1 и входит в модуль «Менеджмент».

2. Цели освоения дисциплины:

- получение студентами базовых представлений о переговорах как форме коммуникационного взаимодействия в политической, деловой и общественной сферах;
- ознакомление с основными теоретическими понятиями и определениями в сфере переговоров, функциями и задачами переговорного процесса;
- изучение базовых практических основ организации переговорного процесса;
- рассмотрение основных теоретических подходов к ведению переговоров и овладение практическими навыками по их применению;
- изучение практических методов и приемов ведения переговоров, правил аргументации и их отработка в ходе практических занятий;
- знакомство с основными психологическими аспектами ведения переговорного процесса;
- стимулирование самостоятельной аналитической и практической работы.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Переговорный процесс как форма межличностной коммуникации.
2.	Динамика переговорного процесса.
3.	Стратегия переговорного процесса.
4.	Тактические приемы ведения переговоров.
5.	Основные подходы и стили ведения переговоров.
6.	Психологические особенности переговорного процесса.
7.	Невербальная коммуникация в ходе переговоров.
8.	Техника и тактика аргументирования.
9.	Особенности ведения телефонных переговоров.
10.	Национальные особенности ведения переговоров.
11.	Посредничество в переговорах.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление слушателей с основами безопасного взаимодействия человека со средой обитания (природной, бытовой), основами защиты от негативных факторов ЧС и оружия массового поражения;
- приобретение знаний по оказанию неотложной помощи, так и действий в условиях чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени;
- формирование у будущих бакалавров представления о требованиях безопасности и защищенности человека: реализация этих требований помогает сохранить работоспособность и здоровье человека, готовит его к действиям в экстремальных ситуациях.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в предмет БЖД. Определения, классификации опасностей, негативные факторы среды.
2.	Здоровье, болезнь, третье состояние.
3.	Единство нервной и эндокринной системы в жизнеобеспечении организма, неотложная помощь при острых ситуациях.
4.	Здоровый образ жизни («Рациональное питание»).
5.	Здоровый образ жизни («Болезни зависимости»).
6.	Здоровый образ жизни («Закаливание»).
7.	Домашняя аптечка. Болезни путешественников.
8.	ГО ЧС Структура, задачи, виды ЧС, законодательная база.
9.	Кожные покровы, как индикатор состояния здоровья человека. Асептика, антисептика, в/м инъекции.
10.	Анатомо-физиологические особенности сердечно-сосудистой системы. Наиболее часто встречающаяся патология. Измерение артериального давления. Кровотечения. Неотложная помощь.
11.	Травмы, раны, ожоги, обморожения.
12.	Переломы. Виды переломов, симптомы, оказание неотложной помощи.
13.	Реанимация. Симптомы терминальных состояний. Этапность оказания неотложной помощи при терминальных состояниях. Осложнения реанимационных мероприятий.
14.	Радионуклиды. Радиоактивность. Виды ионизирующего излучения, их характеристика, способы защиты от них. Дозы ИИ. Естественный радиационный фон.
15.	Ядерное оружие (поражающие факторы, способы защиты, оказание неотложной помощи). Дозиметрические приборы. Биологическое оружие (поражающие факторы, способы защиты, оказание неотложной помощи, понятие карантина и обсервации).
16.	Химическое оружие (поражающие факторы, способы защиты, оказание неотложной помощи). Войсковой прибор химической разведки.
17.	Средства защиты.
18.	Творческая работа.

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 базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- сформировать компетенции по физической культуре, направленные 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;
- дать теоретические основы для таких дисциплин как «История», «Педагогика», «Безопасность жизнедеятельности» и для курса «Прикладная физическая культура».

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

4. Содержание дисциплины:

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

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

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

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы маркетинга» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- освоение современных знаний по теории рынка, его конъюнктуры;
- освоение проведения маркетинговых исследований;
- приобретение необходимых практических навыков в области прикладного маркетинга;
- изучение оценки конъюнктуры рынка и определение его параметров;
- изучение способов приведения производства в соответствии со спросом;
- изучение способов воздействия на рынок и общественный спрос в интересах предприятия.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 ак. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Понятие и виды маркетинга.
2.	Окружающая среда маркетинга.
3.	Поведение потребителей и рынки домохозяйств.
4.	Корпоративные рынки.
5.	Сегментация и позиционирование.
6.	Маркетинговые исследования.
7.	Товарная политика.
8.	Ценовая политика.
9.	Дистрибуционная политика.
10.	Коммуникационная политика.
11.	Основы управления маркетингом
12.	Управление маркетингом на корпоративном уровне
13.	Управление маркетингом на функциональном уровне
14.	Управление маркетингом на инструментальном уровне
15.	Планирование, бюджетирование и контроль маркетинга
16.	Организация маркетинговой деятельности в компании

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Введение в специальность: связи с общественностью»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Введение в специальность: связи с общественностью» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- получение студентами базовых представлений о роли связей с общественностью (СО) в современном российском и мировом обществе, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития СО как профессии, науки и отрасли бизнеса;
- рассмотрение СО как функции менеджмента, направленной на обеспечение эффективных и гармоничных связей между каким-либо институтом (государственным учреждением, коммерческой структурой, общественной организацией или движением, политической партией) и обществом в целом;
- ознакомление студентов с основополагающими документами, регламентирующими их права и обязанности в университете;
- ознакомление с основными определениями в СО, этапами в истории развития дисциплины в мире и России;
- изучение базовых основ связей с общественностью как науки, профессии и отрасли бизнеса;
- определение места и роли СО в системе менеджмента;
- сравнительный анализ роли и функций СО в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественно-политических организациях;
- рассмотрение взаимоотношений СО, маркетинга, рекламы и промоушена в информационно-коммуникационном процессе;

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Роль института связей с общественностью (СО, ПР, PR, public relations) в современном обществе.
2.	Основные этапы и особенности развития "публик рилейшнз" в США.
3.	Исторические особенности возникновения и развития "публик рилейшнз" в Европе.
4.	Основные этапы развития СО в России.
5.	Международные объединения "публик рилейшнз".
6.	Общая характеристика функций и обязанностей современного специалиста по СО.
7.	Приемы, методы и практика современных "публик рилейшнз".
8.	Организационное построение структур в СО.
9.	Этика и профессиональные стандарты в СО.
10.	Изучение и закрепление основных профессиональных ПР-терминов и понятий.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы рекламы»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы рекламы» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- достичь необходимой степени компетентности в вопросах развития и роли 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;
- формирование профессиональных подходов к созданию проектов, умения искать оригинальные решения в нестандартных ситуациях современной действительности;
- приобретение студентами профессиональных навыков для организации коммуникаций, в том числе, в области визуальной информации;
- использовать полученные знания по средовому дизайну в своей деятельности менеджера;
- развитие творческих подходов в организации коллективной работы.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Возникновение и развитие рекламы.
2.	Рекламные исследования и определение целей рекламы.
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 рекламе.
7.	Колористика в рекламе.
8.	Проектирование и создание коммуникаций.
9.	Средства распространения рекламы.
10.	Идентификация и фирменный стиль в рекламе.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**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 базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление слушателей с основными методами научного исследования, с понятийным аппаратом дисциплины;
- подготовка будущих специалистов к проведению самостоятельных конкретных исследований в сфере рекламы, которые могут иметь как практическое, так и теоретическое значение;
- 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;
- определение основных возможных направлений и форм научных исследований сферы рекламы;
- знакомство с методологией научного исследования;
- изучение конкретных методов как эмпирического, так и теоретического исследования;
- усвоение процедуры исследования, последовательности и специфики каждого из ее этапов, особенности организации;
- уяснение требований к оформлению результатов научного исследования.

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 «Риторика»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Риторика» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- совершенствование знаний и умений студентов из области культуры речи и норм литературного языка;
- обеспечение знаний по теории и истории русской риторики: предмете риторического знания; законах и категориях риторики, риторическом каноне; риторических фигурах и др.;
- формирование у студентов умений, связанных с речемыслительной деятельностью и этапами текстообразования в письменной и устной монологической и диалогической форме;
- формировать практических умений в области риторического анализа по законам речевого взаимодействия и риторической техники; в овладении основными элементами ораторского мастерства в публичной речи; стратегиями и тактиками аргументации;
- обеспечение на основе общей коммуникативной компетентности основ профессионально ориентированного поведения в ситуации деловой и публичной коммуникации;
- знакомство студентов с профессионально значимыми речевыми жанрами.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Процесс коммуникации и его составляющие. Коммуникативные технологии: теоретическое осмысление и прикладные инструментальные модели.
2.	Цели и задачи коммуникации. Стратегии и тактики взаимодействия. Эффективность и продуктивность коммуникации. Формы коммуникации Система и типология коммуникативных знаков. Поликодовое пространство современной коммуникации.
3.	Классическая риторика и риторический канон.
4.	Риторика и проблемы коммуникативного поведения языковой личности. Основные виды речевой деятельности. Способы получения, хранения и переработки информации в ходе профессиональной коммуникации. Деловая переписка: этические и коммуникативные требования.
5.	Обучение правилам инвенции. Обучение правилам диспозиции.
6.	Обучение правилам элокуции. Обучение правилам инсценирования речи.
7.	Организация устного выступления. Подготовка к публичному выступлению. Написание текста публичного выступления. Аргументация. Дебаты

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 базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- получение более 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 2 зачетные единицы, 72 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. (1901–1904гг.).
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
«Технологии формирования общественного мнения»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Технологии формирования общественного мнения» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- 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
«Научное и литературное редактирование и копирайтинг»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Научное и литературное редактирование и копирайтинг» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- приобретение знаний и умений бакалавров в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом;
- формирование у студентов понимания научного и литературного редактирования как области, требующей глубоких знаний и практических навыков;
- изучение научного и литературного редактирования, формирование представлений о методах и формах редактирования у бакалавров, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью;
- освоение студентами знаний об истории книгоиздательства и редакционно-издательской деятельности в России;
- 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 4 зачетные единицы, 144 ак. часа.

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 «Конфликтология»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Конфликтология» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров знаний, умений, навыков, способствующих формированию компетенций, обеспечивающих эффективное выполнение профессиональной деятельности;
- формирование у прикладных бакалавров научного представления о фундаментальных закономерностях конфликтного взаимодействия человека с другими людьми, что необходимо для формирования профессиональных качеств, необходимых для работы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучение возможностей моделирования собственного поведения в условиях конфликтно-генных профессиональных ситуаций;
- овладение практическими умениями оптимального социального взаимодействия в сфере рекламы и связей с общественностью;
- обеспечение приобретения студентами 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 ак. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в конфликтологию.
2.	Понятийный аппарат конфликтологии. Конфликт в системе социальных процессов.
3.	Социальный конфликт.
4.	Теория и практика разрешения социальных конфликтов

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

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

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Управление кризисными ситуациями» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- изучение основы антикризисного управления;
- ознакомление с основными видами кризисных ситуаций;
- изучение стратегии и тактики антикризисного управления;
- усвоение механизмов антикризисного управления;
- освоение PR инструментов 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 «Всеобщая история»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Всеобщая история» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- характеристика основных этапов мировой истории;
- рассмотрение основных положений и дискуссионных вопросов антропогенеза;
- ознакомление с политическим и социально-экономическим развитием европейской цивилизации от эпохи первобытно-общинного строя до Новейшего времени;
- приобретение студентами знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом;
- формирование глубоких знаний и развитие теоретического мышления;
- формирование практических навыков в сфере научных исследований.

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	Разложение родоплеменных отношений.
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 «Брендинг территорий»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Брендинг территорий» относится к базовой части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: сформировать у студентов структурированное представление о том, что в условиях острой глобальной конкуренции перед государствами и их территориями — регионами, городами - стоит задача найти способы отличаться от других стран и регионов, найти свою нишу на глобальном рынке инвестиций или туристском рынке. Именно идентичность и репутация страны и региона, закрепляемые в её бренде, становятся сегодня наиболее эффективным инструментом в конкурентной борьбе. Студенты должны знать отличия бренда территории от бренда товара или бренда компании, представлять специфику создания и управления брендом региона, что обеспечивает не только и не столько экономический, но и политический и весьма мощный социальный эффекты: привлечение инвестиций и туристов, укрепление интеграционных процессов, консолидация интересов и усилий населения и власти региона, информирование общественности о достижениях региона и т.п.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Специфика понятийного аппарата брендинга территорий. Шестиугольник С. Анхольта.
2.	Роль территориального брендинга в стратегиях развития регионов.
3.	Формирование конкурентоспособной региональной идентичности: управление культурными ресурсами территории.
4.	Концепция, инструментарий и технологии брендинга территорий. Перспективные модели территориального брендинга.
5.	Информационное сопровождение брендинга территорий. Планирование информационной кампании в территориальном брендинге.
6.	Связи с общественностью в продвижении позитивного имиджа региона.
7.	Зарубежный опыт брендинга территорий.
8.	Опыт территориального брендинга российских городов и регионов.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Прикладная физическая культура»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Прикладная физическая культура» относится к базовой 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 328 ак.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
«Основы права»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы права» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- а) ознакомление студентов с правом как регулятором общественных отношений, с основными правовыми понятиями и конструкциями, с нормами основных отраслей российского законодательства;
- б) формирование у студентов развитого юридического мышления и повышение общего уровня правосознания и правовой культуры;
- в) формирование способности использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

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.	Государственная тайна и защита информации.
12.	Правовое регулирование в сфере рекламы. Правовые основы деятельности фирмы.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Концепции современного естествознания»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Концепции современного естествознания» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов способности: использовать основы естественнонаучных знаний, понимать общность законов развития природы и общества, осознавать проблемы общества в их связи с основными концепциями и законами естествознания, понимать специфику гуманитарной и естественнонаучной компонент культуры, представлять историческую ретроспективу смены парадигм, особенности основных научных революций, соотносить современную естественнонаучную картину природы с профессиональной деятельностью;
- развивать способность к самоорганизации и самообразованию.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Основы классической физики.
2.	Основы релятивистской и квантовой физики.
3.	Современная космология и астрофизика.
4.	Происхождение жизни. Принципы воспроизводства и развития живых систем
5.	Многообразие жизни. Биосфера.
6.	Биологические ресурсы планеты, ноосфера.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык в связях с общественностью»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Иностранный язык в связях с общественностью» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов комплексного умения коммуницировать в устной и письменной форме на английском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия с иностранными представителями в профессиональной сфере;
- освоение лексических, грамматических и стилистических средств английского языка для решения коммуникативных задач в профессиональной сфере;
- увеличение объема знаний студентов о достижениях народов – носителей английского языка;
- развитие у студентов толерантности и уважения к духовным ценностям других народов, готовности содействовать налаживанию международных деловых связей.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Грамматика (Неличные формы глагола. Условные предложения. Сослагательное наклонение).
2.	Лексика по коммуникативным темам (История развития журналистики и PR. Профессиональные аспекты написания и редактирования текстов в СМИ и PR службах. Актуальные проблемы, освещаемые в современных СМИ. Журналистская этика).

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Деловое общение на иностранном языке»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Деловое общение на иностранном языке» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов комплексного умения коммуницировать в устной и письменной форме на английском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия с иностранными представителями в деловой сфере;
- освоение лексических, грамматических и стилистических средств английского языка для решения коммуникативных задач в деловой сфере;
- увеличение объема знаний студентов о достижениях народов – носителей английского языка;
- развитие у студентов толерантности и уважения к духовным ценностям других народов, готовности содействовать налаживанию международных деловых связей.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Коммуникативно- грамматические конструкции в диалогической и монологической устной речи.
2.	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.
3	Структура и стиль делового письма. Типы деловых писем. Тематика деловой корреспонденции в работе рекламных служб и службы связей с общественностью.
4.	Особенности межкультурного взаимодействия. Приемы и средства успешной презентации для англоязычной аудитории.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Электронная коммерция в рекламной деятельности»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Электронная коммерция в рекламной деятельности» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов знаний по основам электронного бизнеса и концепциям построения, функционирования и развития электронных предприятий;

- знакомство студентов с основными достижениями в области телекоммуникаций, сетевых структур, информационных систем, которые дают возможность существенно повысить эффективность бизнеса и создать принципиально новые направления его развития;

- знакомство с достоинствами и недостатками существующих решений по созданию предприятий электронной коммерции;

- освоение теоретических основ организации и функционирования предприятий электронного бизнеса;

- изучение методик оценок эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса;

- изучение классификации основных направлений электронного бизнеса;

- рассмотрение перспектив развития и проблем каждого из направлений, а также законодательных и правовых вопросов;

- изучение систем электронного управления документами.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Основные понятия и модели электронной коммерции.
2.	Электронные торговые площадки.
3.	Анализ сайтов действующих электронных магазинов.
4.	Проектирование сайта электронного магазина.
5.	Интернет-маркетинг Социальные медиа как инструмент интернет-маркетинга.
6.	Корпоративные социальные сети.
7.	Мобильная коммерция.
8.	Платежные системы электронной коммерции. Безопасность в системах электронной коммерции.
9.	Правовое регулирование электронной коммерции.
10.	Маркетинговые исследования в интернете.

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» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части 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;
- формирование представления о тенденциях и формах развития этнических процессов, об особенностях межэтнических взаимоотношений народов мира;
- содействие формированию у студентов глубоких знаний и развитие теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере коммуникации.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 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» является обязательной дисциплиной и относится к вариативной части 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 2 зачетные единицы, 72 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 «Интернет и электронные презентации»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Интернет и электронные презентации» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- научить студентов принципам построения и функционирования сети Интернет;
- дать студентам общее представление о теоретических и технологических аспектах создания презентаций, необходимом программно-техническом обеспечении и возможностях применения технологии создания презентаций в рекламной деятельности;
- дать студентам 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;
- освоить на практике конкретную мультимедийную программу (PowerPoint; Prezi – для создания презентации в Интернет), обучить студентов создавать сайты на основе шаблонов.

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 и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у прикладных бакалавров научного представления о особенностях инновационного продукта, что необходимо для формирования профессиональных качеств, необходимых для работы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучение становления «Инновационной деятельности» как научного направления и учебной дисциплины;
- рассмотрение основных направлений инноваций;
- формирование знаний о специфике инноваций;
- изучение государственного управления в сфере инновационной деятельности.

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
«Религиоведение»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Религиоведение» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у прикладных бакалавров 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 «Религии народов мира»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Религии народов мира» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с историческими аспектами возникновения и развития религий;
- изучение истории становления и развития иудаизма, возникновения и распространения христианства, расколов внутри христианской церкви; возникновения и развитие ислама и буддизма; знакомство с индуизмом и традиционными китайскими религиями;
- выявление и анализ комплекса культурных традиций, сформировавшихся в обществе и государстве под воздействием религиозных традиций;
- толерантное восприятие конфессиональных и культурных различий.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение.
2.	Библия: состав, датировка, переводы.
3.	Иудаизм.
4.	Возникновение и распространение христианства.
5.	Мифология и догматика христианства.
6.	Христианская обрядность.
7.	Христианские святыни и реликвии.
8.	Современные христианские конфессии.
9.	Ислам. Мухаммед ибн Абдаллах.
10.	Секты и течения в исламе.
11.	Запреты и правила ислама в повседневной жизни мусульман.
12.	Современный исламский фундаментализм.
13.	История индуизма.
14.	Индуизм в жизни современного индийского общества.
15.	Буддизм.
16.	Чань-буддизм и дзен-буддизм.
17.	Даосизм. Конфуцианство.
18.	Религия в современном обществе.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

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

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Реклама на ТВ» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части 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 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

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 «Современные зарубежные СМИ»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Современные зарубежные СМИ» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной 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
«Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении;
- формирование у прикладных 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;
- изучение «Связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении» как прикладного направления и учебной дисциплины;
- рассмотрение государственного и муниципального управления на современном этапе;
- формирование знаний о связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении;
- приобретение умений и навыков по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении и их отработка на практических занятиях.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 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: зачет.

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

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Профессиональная этика и этикет» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- изучение студентами базовых этических понятий, профессиональных моральных принципов, делового этикета;
- усвоение студентами значимости моральных принципов в жизни общества и отдельного человека;
- формирование культуры делового общения.

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.	Моральные ценности.
4.	Общие моральные понятия.
5.	Целевые установки в жизни и деятельности человека.
6.	Современные этические проблемы.
7.	Бизнес и мораль.
8.	Российский предприниматель: морально этический образ в историческом разрезе.
9.	Общество и бизнес на современном этапе.
10.	Благотворительность как социокультурный феномен.
11.	Профессиональные моральные кодексы.
12.	Понятие делового этикета.
13.	Культура внешности.
14.	Этикет делового общения.
15.	Служебный этикет.
16.	Застольный этикет.
17.	Этикет переговоров.
18.	Национальный деловой этикет.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

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

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Персональный брендинг» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- усвоение студентами основных понятий в области брендинга;
- изучение методов и инструментов построения и продвижения личного бренда.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Бренд и брендинг: сущность, основные понятия, концепции.
2.	Сущность и структура личного бренда.
3.	Методы и инструменты продвижения личного бренда.
4.	Легенда личного бренда. Сторителлинг.
5.	Медиарилейшнз при построении личного бренда.
6.	Медиакоммуникации и управление личной репутацией.
7.	Фирменный стиль. Брендбук.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Геополитика»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Геополитика» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование углубленного представления о геополитике как науки о взаимосвязи между физической средой в том виде, как она воспринимается, изменяется и используется людьми, и мировой политикой;
- формирование научного представления о геополитических процессах в современном мире, о методах регулирования международных отношений;
- 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
«Правовое регулирование рекламной деятельности»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о правовых аспектах рекламной деятельности;
- изучение становления «Правового регулирования в рекламной деятельности» как научного направления и учебной дисциплины;
- рассмотрение основных направлений права в сфере рекламы и PR;
- формирование знаний о специфике отрасли знания;
- изучение способов взаимодействия между людьми в современном обществе.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 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 «Основы тележурналистики»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы тележурналистики» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- освоение основных принципов, методов и технических приемов, применяемых в работе тележурналиста;
- знакомство студентов с современными технологиями создания рекламных и PR материалов на телевидении;
- знакомство студентов с основами современного телевизионного производства;
- знакомство студентов с основами законодательной базы и этических норм тележурналистской работы.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Терминология и технологии современной телевизионной журналистики.
2.	Принципиальные отличия телевизионного текста от текста печатных и on-line СМИ.
3.	Ответственность журналиста на телевидении.
4.	Информационные передачи и информационные материалы телевидения.
5.	Структура выпуска новостей.
6.	Репортаж как особый жанр тележурналистики.
7.	Специфика работы съемочной группы на официальном заседании, пресс-конференции, посещении объекта официальными лицами.
8.	Интервью.
9.	Видеофильм о предприятии, организации для показа на телевидении.
10.	Перспективы работы телевизионного журналиста.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Городская реклама»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Городская реклама» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части 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
«Современные российские СМИ»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Современные российские СМИ» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, формирование глубоких знаний в указанной сфере;
- знакомство студентов с историей становления периодической печати в России с XVIII века до наших дней;
- изучение развития печатного дела в России, основных отечественных газет и журналов;
- комплексное раскрытие процессов развития периодической печати в России, направлений, которые существуют в публицистике.
- изучение роли масс-медиа в современном мире, способов формирования и отражения общественного мнения через СМИ.

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

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 на современном этапе.

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 и относится к вариативной части 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 2 зачетные единицы, 72 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: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Торговые марки и бренды»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Торговые марки и бренды» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- освоить понятийный аппарат, связанный с бренд-менеджментом;
- обосновать место и роль торговой марки и бренда в системе маркетинга;
- охарактеризовать роль брендов в сервисе, основные этапы создания и управления брендом;
- определить место торговой марки и бренда в системе социокультурных и маркетинговых коммуникаций;
- сформировать знания и навыки в области изучения и анализа, планирования и оценивания бренда; управления брендированными рыночными предложениями (товары, услуги, события и др.);
- освоить практические методики и инструменты работы с торговой маркой и брендом;
- проанализировать организацию и реализацию процесса разработки элементов торговой марки и бренда;
- теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения маркетинговых исследований при разработке торговой марки и бренда.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в курс.
2.	Модель создания торговой марки.
3.	Марочный капитал как фактор конкурентоспособности 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: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Регионоведение»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Регионоведение» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части 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 2 зачетные единицы, 72 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 и относится к вариативной части 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 2 зачетные единицы, 72 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 и относится к вариативной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: формирование представлений о продвижении товаров и услуг, коммуникациях в технологиях ивент-мероприятий, методах и средствах для организации и проведения различных массовых мероприятий.

Задачи дисциплины:

- изучить основные формы массового промоушена;
- усвоить особенности подготовки массовых событийных мероприятий;
- дать представление о комплексности ивент-мероприятия;
- изучить специфику технологии в разных условиях проведения мероприятий;
- оценить эффективность каждого типа мероприятия в условиях города;
- получить общие представления о подобных мероприятиях на территории России.

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

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Праздник как ивент-мероприятие.
2.	Фестивали: специфика формы и особенности проведения.
3.	Флеш-мобы как инструмент продвижения.
4.	Карнавальная культура и ее использование в продвижении.
5.	Промо-шоу.
6.	Выставочные мероприятия в ивент-индустрии.
7.	Ярмарки: типы, особенности проведения.
8.	Церемонии и юбилеи как ивент-мероприятие.
9.	Проведение и особенности дегустаций в сфере пищевых производств.
10.	Презентации и их особенности.
11.	Рекламные экскурсии и их специфика.
12.	Пресс-туры массового характера.

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 и относится к вариативной части 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
«Имиджмейкинг»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Имиджмейкинг» является факультативной дисциплиной и относится к части ФТД.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов знаний об основных понятиях в области теории имиджологии, истории развития представлений об образе и имидже, об основных видах имиджмейкинга, этапах его формирования, содержания и особенностях создания, позиционирования и мониторинга имиджа;
- формирование практических навыков и умений, связанных с созданием, мониторингом и продвижением имиджа;
- формирование навыков 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 дисциплины
«Общественные организации в современной России»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Общественные организации в современной России» является факультативной дисциплиной и относится к части ФТД.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов теоретических и практических представлений о структуре общественных организаций, проблемах современного российского общества;
- расширение их методологического инструментария.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академ. часа.

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 «Диджитал маркетинг»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Диджитал маркетинг» является факультативной дисциплиной и относится к части ФТД.

2. Цели освоения дисциплины:

- способствовать приобретению знаний относительно основных подходов и инструментов digital-маркетинга;
- содействовать формированию навыков создания и продвижения продуктов в цифровой среде через освоение минимального цикла: тест гипотез, создание лендинга, продвижение через различные каналы;
- знать основные понятия, касающиеся Digital-маркетинга, отличать традиционный и интернет-маркетинг;
- уметь создать эффективную посадочную страницу, знать основные этапы ее создания;
- знать этапы создания контекстной рекламной кампании, уметь рассчитать эффективность рекламной кампании;
- знать основные понятия e-mail маркетинга, уметь рассылки в GetResponse и MailChimp
- уметь проводить A/B тестирование;
- знакомство с понятием и практикой продающих текстов.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академ. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в digital-маркетинг. Создание продукта.
2.	Контент маркетинг. Создание посадочных страниц. Мобильный маркетинг.
3.	Контекстная реклама. Продвижение с помощью социальных сетей.
4.	Мессенджер-маркетинг и чат-боты. Технологии e-mail-маркетинга.
5.	Веб-аналитика и тестирование. Growth Hacking.
6.	Продающие тексты.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы практики «Учебно-ознакомительная практика»

1. Вид практики: учебная.

2. Цели практики: формирование представлений о специфике рекламной деятельности в различных сферах общественной и производственной деятельности, особенностях работы рекламных фирм и маркетинговых отделов учреждений и организаций, а также отделов и подразделений по связям с общественностью.

Задачи практики:

- развитие у студентов комплексного системного рекламно-маркетингового мышления и оценки коммуникативных возможностей организаций и учреждений;
- формирование общих представлений студентов о принципах рекламной деятельности и задачах коммуникации с потребителем;
- знакомство с особенностями использования различных инструментов продвижения и рекламных средств;
- формирование представлений об эффективности рекламных мероприятий;
- выработка практических навыков самостоятельной работы;
- освоение навыков работы с разнообразными источниками информации.

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

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Знакомство со спецификой работы отделов по связям с общественностью в региональных органах власти.
2.	Оценка информативности и коммуникативных возможностей сайтов органов местной власти.
3.	Знакомство с отделами маркетинга учреждений культуры, их работа с потребителями.
4.	Знакомство с рекламными возможностями туристических организаций.
5.	Рекламные возможности региональных телевизионных каналов.
6.	Реклама в сфере производства и транспорта.
7.	Оценка возможностей рекламных организаций разных типов.
8.	Рынок рекламных услуг территории.
9.	Знакомство с рекламным учреждением полного цикла.
10.	Анализ деятельности организаций и учреждений разной направленности. Составление отчетной документации.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики
«Организационно-управленческая практика»**

1. Вид практики: учебная.

2. Цели практики:

- подготовка студента к полноценной работе в учреждениях (организациях, агентствах) рекламно-производственного профиля, в том числе приобретение необходимых компетенций и наработка опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- получение студентами необходимого эмпирического материала для курсовых и выпускных квалификационных работ;
- установление студентами контакта с практикующими специалистами и специалистами смежных дисциплин;
- формирование четкого представления о своей будущей профессии;
- выявление способов организации деятельности фирмы;
- расширение возможностей продвижения товара, услуги средствами интегрированных коммуникаций;
- углубление знаний о формах, способах и механизмах осуществления рекламной деятельности;
- закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения в отношении всего многообразия рекламной деятельности;
- 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 7 зачетных единиц, 4 2/3 недели.

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Подготовительный этап. Установочное собрание по практике.
2.	Изучение особенностей функционирования учреждения (организации, агентства)
3.	Выявление основных направлений деятельности организации.
4.	Выявление оптимальных способов управления организацией.
5.	Итоговая конференция по практике.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Аннотация рабочей программы практики «Коммуникационная практика»

1. Вид практики: учебная.

2. Цели практики:

- подготовка студента к полноценной работе в учреждениях (организациях, агентствах) рекламного-производственного профиля, в том числе приобретение необходимых компетенций и наработка опыта самостоятельной профессиональной деятельности;
- получение студентами необходимого эмпирического материала для курсовых и выпускных квалификационных работ;
- установление студентами контакта с практикующими специалистами и специалистами смежных дисциплин;
- формирование четкого представления о своей будущей профессии;
- анализ способов взаимодействия организации во внутренней и внешней среде;
- расширение представлений о рекламе и PR в организации;
- выявление способов организации деятельности фирмы;
- расширение возможностей продвижения товара, услуги средствами интегрированных коммуникаций;
- углубление знаний о формах, способах и механизмах осуществления рекламной деятельности;
- закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения в отношении всего многообразия рекламной деятельности;
- 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 6 зачетных единиц, 4 недели.

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Подготовительный этап. Установочное собрание по практике.
2.	Изучение особенностей функционирования учреждения (организации, агентства).
3.	Выявление основных направлений деятельности организации.
4.	Выявление оптимальных способов взаимодействия организации.
5.	Итоговая конференция по практике.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Аннотация рабочей программы практики

«Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»

1. Вид практики: учебная.

2. Цели практики:

- формирование навыков информационно-аналитической работы с материалами СМИ и других открытых источников;
- анализ и планирование исследований коммуникационной среды и общественного мнения;
- формирование навыков статистической обработки текстовой информации и визуализации полученных результатов.

Задачи практики:

- ознакомление с методами прогнозно-аналитической работы в области рекламы;
- освоение технологий подготовки и проведения количественных и качественных исследований с целью разработки рекламных акций;
- сбор и систематизация научно-практической информации;
- оформление прогнозно-аналитической документации;
- оформление отчетной документации.

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

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Подготовительный этап. Установочная конференция (собрание) по практике. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. Определение цели и задач практики.
2.	Изучение потенциальных источников информации (пресс-центров, пресс-служб, СМИ, сайтов организаций, отделов по связям с общественностью, статистических обзоров и т.п.).
3.	Оценка источников информации в системе общественных коммуникаций.
4.	Освоение методов анализа информации. Индивидуальное задание.
5.	Итоговая конференция по практике.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики
«Рекламно-технологическая практика»**

1. **Вид практики:** производственная.
2. **Цели практики:** подготовить студента к полноценной работе в учреждениях (организациях, агентствах) рекламно-производственного профиля, в том числе приобрести необходимые компетенции и наработать опыт самостоятельной профессиональной деятельности. 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. Особый акцент в ходе практики сделан на изучении практического применения рекламных инструментов и технологий. Как правило, студенты проходят рекламно-технологическую практику в тех учреждениях, организациях, агентствах, службах, которые в будущем могут стать местом их постоянной работы.
3. **Объем практики** составляет 12 зачетных единиц, 8 недель.
4. **Содержание практики:**

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Подготовительный этап. Установочная конференция (собрание) по практике. 1.1. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. 1.2. Определение цели и задач практики.
2.	Изучение организационной и производственной структуры учреждения (организации, агентства). 2.1. Ознакомление с работой структурных подразделений учреждения. 2.2. Изучение функций и механизмов работы организации (учреждения, агентства). 2.3. Изучение форм и видов деятельности специалиста по рекламе (специалиста по связям с общественностью). 2.4. Изучение рекламных инструментов и технологий, применяемых в производственной деятельности организации.
3.	Роль и место учреждения (организации, агентства) в системе рекламы. 3.1. Маркетинговые связи организации (учреждения, агентства). 3.2. Механизмы обратной связи.
4.	Освоение видов деятельности специалиста по рекламе. Индивидуальное задание. 4.1. Наблюдение (участие) за разработкой рекламных проектов, акций, мероприятий. 4.2. Участие в текущей деятельности учреждения (организации, агентства): сбор и обработка первичной информации, получение навыков работы с документацией, участие в проектах.
5.	Итоговая конференция по практике. 5.1. Защита дневников и отчетов по практике. 5.2. Подведение итогов.

5. **Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики
«Информационно-технологическая практика»**

1. Вид практики: производственная.

2. Цели практики: подготовить студента к полноценной работе в учреждениях (организациях, агентствах) рекламно-производственного профиля, PR-агентствах и службах, в том числе приобрести необходимые компетенции и наработать опыт самостоятельной профессиональной деятельности. 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. Особый акцент в ходе практики сделан на изучении информационных технологий в деятельности компании, особенности работы со СМИ и в интернет-среде. Как правило, студенты проходят информационно-технологическую практику в тех учреждениях, организациях, агентствах, службах, которые в будущем могут стать местом их постоянной работы.

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

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Подготовительный этап. Установочная конференция (собрание) по практике. 1.1. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. 1.2. Определение цели и задач практики.
2.	Изучение организационной и производственной структуры учреждения (организации, агентства). 2.1. Ознакомление с работой структурных подразделений учреждения. 2.2. Изучение функций и механизмов работы организации (учреждения, агентства). 2.3. Изучение форм и видов деятельности специалиста по рекламе (специалиста по связям с общественностью) в сфере информации. 2.4. Изучение информационных технологий, применяемых в производственной деятельности организации.
3.	Роль и место учреждения (организации, агентства) в информационном пространстве 3.1. Общественные связи организации (учреждения, агентства). 3.2. Способы и формы информационного взаимодействия организации в сфере рекламы и PR. 3.3. Механизмы обратной связи.
4.	Освоение видов деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в сфере информации. Индивидуальное задание. 4.1. Наблюдение (участие) за разработкой информационных проектов, акций, мероприятий. 4.2. Участие в текущей деятельности учреждения (организации, агентства): сбор и обработка первичной информации, получение навыков работы с документацией, участие в проектах
5.	Итоговая конференция по практике. 5.1. Защита дневников и отчетов по практике. 5.2. Подведение итогов.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

**Аннотация рабочей программы практики
«Практика по получению профессиональных умений
и опыта профессиональной деятельности»**

1. Вид практики: производственная.

2. Цели практики:

- подготовить студента к полноценной работе в учреждениях (организациях, агентствах) рекламно-производственного профиля, в том числе приобрести необходимые компетенции и наработать опыт самостоятельной профессиональной деятельности;
- получение студентами необходимого эмпирического материала для курсовых и выпускных квалификационных работ;
- установление студентами контактов с практикующими специалистами и специалистами смежных дисциплин;
- формирование у студентов более четкого представления о своей будущей профессии;
- расширение возможностей продвижения товара, услуги средствами интегрированных коммуникаций;
- углубление знаний о формах, способах и механизмах осуществления рекламной деятельности;
- закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения в отношении всего многообразия рекламной деятельности;
- 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 6 зачетных единиц, 4 недели.

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Подготовительный этап. Установочная конференция (собрание) по практике.
2.	Изучение особенностей функционирования учреждения (организации, агентства).
3.	Выявление основных направлений деятельности организации.
4.	Подготовка проекта продвижения товара или услуги
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.
- 3. Объем практики** составляет 12 зачетных единиц, 8 недель.
- 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.	Изучение и описание организационной структуры 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 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.

Аннотация рабочей программы практики «Научно-исследовательская работа»

1. Вид практики: производственная.

2. Цели практики: формирование у обучающихся компетенций, связанных с умениями проводить самостоятельную научно-исследовательскую работу, получение теоретических знаний в прикладных предпроектных исследованиях по актуальным проблемам в рамках специальности «Реклама и связи с общественностью». Основной задачей практики является приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы, а также подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы. К числу задач практики относятся расширение профессиональных знаний и навыков, полученных студентами в процессе теоретического обучения; овладение инструментальными средствами научного исследования; закрепление умений ставить задачи, анализировать полученные результаты и делать выводы; формирование практических навыков информационно-аналитической работы с материалами СМИ и других открытых источников, навыков статистической обработки текстовой информации и визуализации полученных результатов; приобретение опыта проведения самостоятельных научных исследований актуальных проблем в области рекламы и связей с общественностью.

3. Объем практики составляет 4 зачетные единицы, 2 2/3 недели.

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Установочная конференция по практике. Ознакомление с организацией (предприятием), правилами внутреннего трудового распорядка, производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности.
2.	Постановка проблемы, определение цели, задач, предмета и методов исследования ВКР; изучение законодательных материалов, специальной литературы и интернет-ресурсов с целью подготовки вводной части ВКР.
3.	Изучение информационных технологий, программных продуктов, относящихся к профессиональной сфере; освоение технологий работы с сайтами различных учреждений, фирм, организаций, осуществляющих рекламную деятельность и реализующих связи с общественностью.
4.	Изучение методов анализа и обработки экспериментальных данных; проведение практического исследования в рамках поставленных задач; выполнение анализа достоверности полученных результатов в рамках подготовки ВКР исследования, анализа научной и практической значимости исследования.
5.	Работа над текстом в соответствии с индивидуальным заданием; подготовка теоретической и/или практической частей ВКР.
6.	Овладение навыками составления отчетной документации, оформление отчета и дневника практики.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.