

Аннотации дисциплин базовой части учебного цикла Б.1

Б.1.Б.1.Русский язык и культура речи

(составитель аннотации – кафедра русской словесности)

Цель изучения дисциплины	Цель преподавания дисциплины - сформировать базовые знания в области современного русского языка, познакомить со стилистическими ресурсами русского языка, научить писать и оформлять работы учебно-научных жанров, а также документов; помочь в усвоении нормативного, коммуникативного и этического аспекта культуры речи, в овладении основами риторики. Основными задачами являются: знакомство с различными нормами литературного языка и их вариантами; формирование навыков составления документов; изучение функций языка и речи; обогащение словарного запаса языка студентов; повторение правил орфографии и пунктуации.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современный русский литературный язык: происхождение, этапы развития, разделы и аспекты изучения; • современное состояние русского языка; • функциональные стили речи (подстили и жанры); • коммуникативные качества речи; • нормы современного русского языка (орфоэпические, акцентологические, лексические, грамматические, стилистические, орфографические, пунктуационные); • формулы речевого этикета; • стилистика делового письма и классификация служебных документов.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-2 , ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-8, ПК-10
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Данный курс является дисциплиной первого цикла учебного плана по всем направлениям подготовки бакалавров и преподаётся студентам всех направлений подготовки. Освоение русского языка и культуры речи базируется на знаниях, полученных в рамках школьного курса русского языка.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные этапы становления и развития русского литературного языка; • особенности функциональных стилей; • нормы современного русского литературного языка; • правила речевого этикета; • жанровую дифференциацию официально-делового стиля, классификацию документов. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • различать функциональные разновидности русского языка; • отбирать речевые средства в соответствии с ситуацией, а также разбираться в стилистических особенностях делового письма. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • нормами современного русского языка; • принципами построения текста в устной и письменной форме; • навыками составления документа, научного текста, а также формулами речевого этикета (приветствия, прощания, извинения, благодарности и т.п.).
Используемые	1. Полный цикл мультимедийных презентаций по теоретическому

инструментальные и программные средства	курсу дисциплины. 2.Материалы электронной библиотеки, находящиеся в свободном доступе.
Формы промежуточного контроля знаний	Выполнение упражнений на практических занятиях, проверка домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачёт

Б.1.Б.2. Иностранный язык

(составитель аннотации – общеакадемическая кафедра английского языка)

Цель изучения дисциплины	Основы общения на иностранном языке: фонетика, лексика, фразеология, грамматика; основы делового языка по специальности; профессиональная лексика, фразеологические обороты и термины; техника перевода (со словарем) профессионально ориентированного текста; профессиональное общение
Содержание дисциплины	Основные блоки дисциплины: - овладение определенной суммой формальных знаний и соответствующих им навыков, связанных с различными аспектами языка: лексикой, фонетикой, грамматикой; - способность осуществлять выбор языковых форм, использовать их и преобразовывать в соответствии с контекстом; - готовность и способность к ведению диалога культур; - иметь определенные навыки и умения организации речи, уметь выстраивать ее логично, последовательно и убедительно, ставить задачи и добиваться поставленной цели; - сформировать чувство толерантности.
Формируемые компетенции	ОК-14, ПК-5
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	- русский язык и культура речи
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	«Знать»: лексико-грамматический минимум по специальности в объеме, необходимом в работе с иноязычными текстами в процессе профессиональной деятельности и элементарного общения на общем и профессиональном уровне; «Уметь»: читать и переводить аутентичные тексты профессиональной направленности; «Владеть»: необходимыми навыками профессионального общения на иностранном языке.
Используемые инструментальные и программные средства	Оригинальные программные продукты кафедры ОКАЯ
Формы промежуточного контроля знаний	Письменный перевод текста профессиональной направленности, тестирование, написание официальных писем, оформление документов на иностранном языке (бланк, анкета...) зачет.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.Б.3.Отечественная история

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	Дать научно-теоретические знания по отечественной истории, показать логику исторического развития России с древнейших времен до наших дней, выявить аспекты исторического опыта, необходимые для формирования профессиональных навыков и умений обучающихся, подготовки их к самостоятельному анализу проблем современности через призму событий и явлений прошлого.
Содержание дисциплины	Сущность, формы, функции исторического знания. Методы и источники изучения истории. Основные этапы становления государственности. Специфика формирования единого российского государства. Формирование сословной системы организации общества. Реформы Петра I. Век Екатерины. Особенности и основные этапы экономического развития России. Становление индустриального общества в России: общее и особенное. Роль XX столетия в мировой истории. Революции и реформы. Проблема экономического роста и модернизации. Великая Отечественная война. Социально-экономическое развитие, общественно-политическая жизнь, культура, внешняя политика СССР в послевоенные годы. СССР в середине 1960-1980-х гг. Перестройка. Распад СССР. Становление новой российской государственности (1993-1999 гг.). Россия на пути радикальной социально-экономической модернизации. Внешнеполитическая деятельность в условиях новой геополитической ситуации.
Формируемые компетенции	ОК-2; ОК-5; ОК-17
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Дисциплина «История» включается в базовый цикл основной образовательной программы по направлению подготовки бакалавра и в соответствии с профилем подготовки. Ее изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей с такими дисциплинами, как философия, психология, социология, правоведение, политология, экономика.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none">- основные проблемы и тенденции социально-экономического, политического и культурного развития страны, <i>место и роль России в истории человечества и в современном мире;</i>- <i>базовые ценности отечественной истории и культуры;</i>- конкретно-исторический материал, содержащийся в документальных источниках и рекомендованный учебной литературой. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому;- объективно оценивать формы организации и эволюцию государственного и общественного устройства России на различных этапах ее развития;

	<p>- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.</p> <p>Владеть:</p> <p>- приёмами самостоятельной работы с рекомендуемыми источниками и литературой по истории;</p> <p>- методикой сравнительного анализа исторических фактов, событий, явлений общественной жизни на основе исторического материала;</p> <p>- умением ведения дискуссий по проблемам изучаемого курса.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<p>1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7</p> <p>2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint</p> <p>3. Мультимедийный проектор</p>
Формы промежуточного контроля знаний	Зачёт
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.Б.4. Психология

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	<p>Формирование психологической культуры, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретённую совокупность психологических знаний, гуманистических ценностных ориентаций, умений и навыков проведения психодиагностики, эмоциональной и интеллектуальной саморегуляции, эффективного взаимодействия для обеспечения личностного и профессионального развития.</p> <p>В процессе изучения данного курса студенты должны не только усвоить систему психологических знаний, закономерностей психического развития личности, но также научиться активно воздействовать на неё, учитывая потенциальные возможности человека, индивидуально-психологические особенности, применяя наиболее целесообразные, обоснованные способы воздействия.</p>
Содержание дисциплины	<p>Предмет и методы психологии.</p> <p>Место психологии в системе наук. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Индивид, личность, субъект, индивидуальность.</p> <p>Психика и организм. Психика, поведение и деятельность. Основные функции психики. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Мозг и психика. Структура психики. Познавательные процессы. Соотношение сознания и бессознательного. Основные психические процессы. Структура сознания. Ощущение. Восприятие. Представление. Воображение. Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Мнемонические процессы. Эмоции и чувства. Психическая регуляция поведения и деятельности.</p> <p>Общение и речь. Психология личности. Межличностные отношения. Психология малых групп. Межгрупповые отношения и взаимодействия.</p>
Формируемые	ОК-1, ОК-3 , ОК-7, ПК-7.

компетенции	
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Для изучения дисциплины студент должен обладать знаниями, полученными при изучении учебного предмета «Обществознание» основной образовательной программы среднего (полного) общего образования.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы психологической науки, закономерности формирования и развития психики, психологии личности, деятельности, познания и общения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы экспериментального исследования психологических процессов, свойств и состояний, конкретные методики изучения личности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами саморегуляции, психологического анализа, эффективного взаимодействия.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	Текущий контроль на практических занятиях, тестирование
Форма итогового контроля знаний	Зачёт

Б.1.Б.5. Философия

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	<p>Формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами.</p> <p>Изучение дисциплины направлено на развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации, умения логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения; овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.</p>
Содержание дисциплины	<p>Содержание раздела дисциплины. Философские вопросы в жизни современного человека. Предмет философии. Философия как форма духовной культуры. Основные характеристики философского знания. Функции философии. Возникновение философии Философия древнего мира. Средневековая философия. Философия XVII-XIXвеков. Современная философия. Традиции отечественной философии. Бытие как проблема философии. Монистические и плюралистические концепции бытия. Материальное и идеальное бытие. Специфика человеческого бытия. Пространственно-временные характеристики бытия. Проблема жизни, ее конечности и бесконечности, уникальности и множественности во Вселенной.</p> <p>Идея развития в философии. Бытие и сознание. Проблема</p>

	<p>сознания в философии. Знание, сознание, самосознание. Природа мышления. Язык и мышление. Познание как предмет философского анализа. Субъект и объект познания. Познание и творчество. Основные формы и методы познания. Проблема истины в философии и науке. Многообразие форм познания и типы рациональности. Истина, оценка, ценность. Познание и практика. Философия и наука. Структура научного знания. Проблема обоснования научного знания. Верификация и фальсификация. Проблема индукции. Рост научного знания и проблема научного метода. Специфика социально-гуманитарного познания. Позитивистские и постпозитивистские концепции в методологии науки. Рациональные реконструкции истории науки. Научные революции и смена типов рациональности. Свобода научного поиска и социальная ответственность ученого. Философское понимание общества и его истории. Общество как саморазвивающаяся система. Гражданское общество, нация и государство. Культура и цивилизация. Многовариантность исторического развития. Необходимость и сознательная деятельность людей в историческом процессе. Динамика и типология исторического развития. Общественно-политические идеалы и их историческая судьба (марксистская теория классового общества; «открытое общество» К. Поппера; «свободное общество» Ф. Хайека; неолиберальная теория глобализации) Насилие и ненасилие. Источники и субъекты исторического процесса. Основные концепции философии истории. Человек и мир в современной философии. Природное (биологическое) и общественное (социальное) в человеке. Антропосоциогенез и его комплексный характер. Смысл жизни: смерть и бессмертие. Человек, свобода, творчество. Человек в системе коммуникаций: от классической этики к этике дискурса</p>
<p>Формируемые компетенции</p>	<p>ОК-1, ОК-6, ОК-9</p>
<p>Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</p>	<p>Дисциплина «Философия» включается в базовый цикл основной образовательной программы по направлению подготовки бакалавра и в соответствии с профилем подготовки. Ее изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей с такими дисциплинами, как история, психология, социология, правоведение, политология, экономика.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины</p>	<p>Знать: - основные направления, проблемы, теории и методы философии, содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития;</p> <p>Уметь: - формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам философии; использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений. - логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.</p> <p>Владеть: -навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание, приемами ведения дискуссии и полемики, навыками публичной речи и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения. - умением ведения дискуссий по проблемам изучаемого курса.</p>

Используемые инструментальные и программные средства	1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP/7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций Microsoft PowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	Зачёт
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.Б.6. Экономика

(составитель аннотации – кафедра экономической теории и прикладной экономики)

Цель изучения дисциплины	Формирование основ экономического мышления, позволяющего понимать процессы, происходящие в современной экономике; изучение закономерностей функционирования современного рыночного механизма, который лежит в основе различных хозяйственных систем; освоение научных и эмпирических знаний о возможностях эффективного использования производственных ресурсов.
Содержание дисциплины	<p>Общая экономическая теория. Экономические агенты (рыночные и нерыночные), собственность и хозяйствование, экономические интересы, цели и средства, проблема выбора оптимального решения, экономическая стратегия и экономическая политика, конкуренция и ее виды; экономические блага и их классификация, альтернативные издержки (издержки отвергнутых возможностей); экономические ограничения: граница производственных возможностей.</p> <p>Микроэкономика. Закон предложения, закон спроса, равновесие, рынок, равновесная цена; эластичность, излишки потребителя и производителя, теории поведения потребителя и производителя (предприятия); монополия, естественная монополия, ценовая дискриминация; олигополия, монополистическая конкуренция, барьеры входа и выхода (в отрасли); сравнительное преимущество.</p> <p>Макроэкономика. Макроэкономические показатели: валовой внутренний продукт (производство, распределение и потребление), личный располагаемый доход, конечное потребление, модели потребления, сбережения, инвестиции (валовые и чистые); национальное богатство, отраслевая и секторальная структуры национальной экономики, межотраслевой баланс; теневая экономика; равновесие совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS), государственный бюджет, его дефицит и профицит, налоги, закрытая и открытая экономика, макроэкономическое равновесие и реальная процентная ставка (модель IS-LM):</p> <p>Переходная экономика: либерализация цен, приватизация собственности, инфраструктура хозяйствования, структурная перестройка экономики, влияние глобализации на выбор стратегии национальной экономики.</p>
Формируемые компетенции	ОК-4, ОК-9, . ОК-10, ОК-11
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Для изучения дисциплины студент должен обладать знаниями, полученными при изучении учебных предметов «Обществознание», «Математика», «Экономика» основной образовательной программы среднего (полного) общего образования.
Знания, умения и	Знать:

<p>навыки, получаемые в результате изучения дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> - методологические основы исследования экономических процессов; - принципы, законы и модели рыночной экономики; - различные типы экономических систем; - структуру рыночной экономики; - основные законы развития экономики и механизмы функционирования и регулирования рыночного хозяйства; - рынки потребительских товаров: спрос, предложение, рыночная цена; - рынки экономических ресурсов: факторов производства, денег, финансовых активов; - макроэкономические модели рыночной экономики; - инструменты государственного регулирования экономики; - общее и особенное в странах с современной рыночной экономикой; - ключевые проблемы современной экономической теории. - многообразие экономических процессов в современном мире, их связь с другими процессами, происходящими в обществе; - основные экономические институты общества. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять с помощью кривых производственных возможностей альтернативные издержки; - оценивать величину и уровень спроса и определить потребительское поведение; - измерять величину и уровень предложения и определять поведение производителя; - выявлять и анализировать основные тенденции развития экономик Российской Федерации и стран мира; - определять потенциал рынков экономических ресурсов: труда, земли, капитала; - рассчитывать порог рентабельности; - воздействовать на структуру издержек предприятия в краткосрочном и долгосрочном периоде; - формулировать актуальные макроэкономические цели общества, реализация которых является приоритетной на конкретном этапе хозяйственного развития; - рассчитывать основные макроэкономические показатели; - оценивать макроэкономическую нестабильность; - выявлять причины, инструменты и границы вмешательства государства в экономику; - анализировать мировые товарные рынки; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийным аппаратом экономической теории и основными приемами анализа микро- и макроэкономических процессов; - методами влияния экономических агентов на микрорынки; - знаниями о специфике национальной макроэкономической политики; - теориями о закономерностях глобализации мировой экономики.
<p>Используемые инструментальные и программные средства</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций Microsoft PowerPoint 3. Мультимедийный проектор
<p>Формы промежуточного контроля знаний</p>	<p>Решение задач на практических занятиях, тестирование.</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт</p>

Б.1.Б.7.Культурология

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

<p>Цель изучения дисциплины</p>	<p>Цель изучения культурологии состоит в достижении студентами социокультурной компетентности как способности, необходимой для решения профессиональных задач, осмысленных в социокультурном контексте:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Понимание закономерностей культурных изменений и влияния на социум профессиональной деятельности, ее социокультурный смысл; <input type="checkbox"/> Формирование способности к предвидению социально-экономических, экологических, нравственных последствий профессиональной деятельности; <input type="checkbox"/> Развитие интереса к творческой деятельности, потребности в непрерывном самообразовании; <input type="checkbox"/> Привитие моральных, эстетических и социальных понятий, необходимых для деятельности в интересах общества, формирования позитивной личной позиции. <p>Студент должен:</p> <p>А) <i>знать</i>: основные категории и понятия культуры, ее структуру и функции; наиболее значимые концепции культурологического знания; место и роль в культуре профессиональной сферы деятельности, базовые ценности культуры.</p> <p>В) <i>иметь представление</i> о типологических и семиотических структурах культуры; об особенностях культурных эпох, характере и тенденциях современной культуры; о месте национальной культуры в общемировой; о специфике культурологического анализа процессов и явлений.</p> <p>В) <i>уметь</i>: выделять теоретические, прикладные, ценностные аспекты культурологического знания, применять их для обоснования практических решений, касающихся как повседневной жизни, так и профессиональной деятельности; работать с гуманитарными текстами; формировать и обосновывать личную позицию.</p>
<p>Содержание дисциплины</p>	<p>Культурология в системе современного научного знания. Понятие культура. Ее структура и функции. Основные подходы к изучению культуры. Методы изучения культуры. Теоретические концепции развития культуры.</p> <p>Происхождение культуры. Культура и природа. Механизмы культурной динамики. Творчество как движущая сила культуры.</p> <p>Культура и общество. Индивидуальное измерение культуры.</p> <p>Структура культурного пространства. Духовная культура, ее содержание и особенности: мифология, религия, искусство и философия как формы духовной культуры. Культурная значимость морали.</p> <p>Наука в системе культуры. Технологическая культура.</p> <p>Организационная и экономическая (хозяйственная) культура.</p> <p>Символическое пространство и язык культуры.</p> <p>Типология культуры. Культура и цивилизация. Социокультурные миры. Взаимодействие культур. Дихотомия Восток-Запад.</p> <p>Современная мировая культура. Ее особенности и тенденции развития. Массовая и элитарная культура. Постмодернизм как феномен современной западной культуры. Культурная модернизация, универсализация и глобализация в современном мире.</p> <p>Место и роль России в мировой культуре. Региональные культуры. Охрана национального культурного наследия.</p>
<p>Формируемые компетенции</p>	<p>ОК-1, ОК-9</p>

<p>Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</p>	<p>Дисциплина «Культурология» включается в базовый цикл основной образовательной программы по направлению подготовки специалистов в области экономики и управления в соответствии с профилем подготовки. Ее изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей с такими дисциплинами, как философия, психология, социология, этика, эстетика, история, экономика и т.д.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины</p>	<p>В результате изучения дисциплины студенты должны знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объект, предмет и методы культурологии; - владеть основными понятиями и категориями культурологии; - освоить основные теоретические положения курса, обладать навыками их применения и использования в практике повседневной жизни и профессиональной деятельности; - иметь представление о внутренней логике развития отдельных культур в рамках единого культурно-исторического процесса; - расширить кругозор посредством знакомства с многообразием и богатством духовного мира всего человечества; - обладать навыками рассмотрения каждого отдельного научного и художественного факта, бытовых, повседневных событий через призму культуры как наивысшего критерия оценки и определителя значения рассматриваемого объекта или явления в контексте системы высоких духовных ценностей и духовного пространства эпохи; - обладать способностью самостоятельно анализировать и оценивать различные культурные явления на основании полученных знаний и навыков, стремиться к достижению высокого уровня культуры в личной жизни и в своей профессиональной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - всесторонне анализировать научную литературу; - использовать современные приёмы и методы культурологического анализа; - осмысливать социокультурные процессы и явления, ориентироваться в них; - осуществлять поиск информации через библиотечные фонды, компьютерные системы информационного обеспечения, периодическую печать; - применять полученные знания на практике и в профессиональной деятельности; - логично и аргументировано высказывать свою позицию и оценку по культурологическим вопросам; - использовать научные принципы и общечеловеческие ценности при оценке значимости конкретных культурологических явлений и событий. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приёмами самостоятельной работы с рекомендуемыми источниками и литературой по культурологии; - методикой сравнительного анализа культурологических фактов, событий, явлений общественной жизни на основе научного материала; - умением ведения дискуссий по проблемам изучаемого курса.
<p>Используемые инструментальные и программные средства</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint 3. Мультимедийный проектор

Формы промежуточного контроля знаний	- Презентации, контрольные работы, тестирование
Форма итогового контроля знаний	Зачёт

Б.1.Б.8. Социология

(составитель аннотации – кафедра социологии)

Цель изучения дисциплины	Формирование знаний теоретических основ и закономерностей функционирования общества, подготовка широко образованных, творчески и критически мыслящих специалистов, способных к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем и овладению методикой проведения социологических исследований.
Содержание дисциплины	<p>Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О.Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль.</p> <p>Общество и социальные институты. Мировая система и процессы глобализации.</p> <p>Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и коллективы. Социальная организация.</p> <p>Социальные движения.</p> <p>Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса.</p> <p>Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества.</p> <p>Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры.</p> <p>Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект.</p> <p>Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепция социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе.</p> <p>Методы социологического исследования.</p>
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-3 ОК-8, ОК-9
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Для изучения дисциплины студент должен обладать знаниями, полученными при изучении учебного предмета «Обществознание» основной образовательной программы среднего (полного) общего образования; а так же дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла: «История» (базовая часть), «Психология и педагогика» (базовая часть).
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предысторию и социально-философские предпосылки социологии как науки, основные этапы развития русской социологической мысли; - содержание современных социологических теорий и основных социологических категорий; - специфику социальной организации, социального взаимодействия и социальных отношений; - основные направления социализации личности, способы социального контроля над ней, современную социальную структуру общества. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать социологическими категориями, аргументировать свою точку зрения в процессе рассмотрения важнейших социальных проблем; - давать оценку социального смысла избранной профессиональной

	деятельности. Владеть: - методами социологического исследования и использовать их в интересах профессиональной деятельности.
Используемые инструментальные и программные средства	1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	Текущий контроль на практических занятиях, тестирование
Форма итогового контроля знаний	Зачёт

Аннотации дисциплин вариативной части учебного цикла Б.1

Б.1.В.1. «Социальная реклама»

(составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов систематизированного представления о функционировании рекламной коммуникации, базовых компетенций в области социальной рекламы; подготовка их к решению задач, предъявляемых современным российским рынком к специалистам в области рекламы и связей с общественностью.
Содержание дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - анализ маркетинговой ситуации (исследование рынка); - определение и характеристика целевой аудитории; - определение целей и задач рекламной кампании; - теория жизненного цикла товара и рекламы; - разработка стратегии рекламной кампании; - разработка идеи рекламного проекта; - план рекламной кампании; - разработка макета рекламы; - расчет комплексного бюджета рекламы; - определение эффективности рекламной кампании.
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9, ОК-10; ПК-2, ПК-3, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22.
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - «Основы рекламы» - «Психология рекламной деятельности».
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения	Знать: научно-правовые, социокультурные основы социальной рекламы; основы психологии массовых коммуникаций; опыт разработки социальной рекламы в России и за рубежом; основные виды исследований, применяемых в социальной рекламе; основные характеристики медиаизмерений – репрезентативность и

дисциплины	<p>достоверность; меры повышения эффективности социальной рекламы в России</p> <p>Уметь: эффективно применять результаты исследований в сфере социальной рекламы, использовать знания российского и зарубежного практического опыта социальной рекламы, в частности, в государственном управлении, в работе рекламных агентств и отделов по связям с общественностью.</p> <p>Владеть: знаниями специфики разработки и проведения социальных рекламных кампаний, навыками и умениями их успешного проведения с применением современных креативных рекламных и PR технологий.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • мультимедийные презентации;
Формы промежуточного контроля знаний	Доклады, тестирование, групповые задания, тренинговая форма
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.1.В.2.История мировой художественной культуры (история искусств)
(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Цель курса – сформировать у студентов представление о тенденциях развития искусства, рассмотреть основные стили и жанры художественного творчества, освоить основные методы анализа различных художественных явлений
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Искусство как социальное явление Искусство как феномен культуры • Образ и стиль в искусстве <ul style="list-style-type: none"> • Системность и видовое многообразие искусства. • Художественное развитие как процесс • Основные этапы развития зарубежного искусства • Основные этапы развития русского искусства • Современное искусство в контексте мировой художественной культуры
Формируемые компетенции	ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12,
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Философия • Культурология • Отечественная история • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • Иностранный язык
Знания, умения и навыки, получаемые в	«Знать»: общезаконные законы развития искусства: виды, формы, направления и стили, специфика отдельных видов искусства, основы художественного языка искусства, общую периодизацию и

результате изучения дисциплины	<p>представление об основных эпохах развития мирового искусства, искусство отдельных стран и регионов, факты, события, важнейшие памятники художественной культуры и творческие портреты мастеров</p> <p>«Уметь»: различать произведения искусства по виду, жанру и стилю, определять время и место (принадлежность к национальной, региональной школе) их создания, автора (или школу), анализировать их форму и содержание;</p> <p>«Владеть»: лексикой, понятийно-категориальным аппаратом в области искусства, методикой научно-исследовательской работы в области истории искусства, методами и навыками критического осмысления явлений искусства, развитой способностью к чувственно-художественному восприятию мира и образному мышлению.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование, зачет
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.В.3. Основы социального государства

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	<p>Формирование научного представления о социальной политике государства как междисциплинарном научном направлении и элементе общей системы знаний о политике, понимание актуальных проблем социальной политики и возможностей повышения ее эффективности, изучить процессы развития основных институтов гражданского общества, привить навыки использования полученных знаний в области государственной политики как в теоретическом, так и в практическом назначении. Курс нацелен на изучение социальной политики государства в современных условиях, в том числе в условиях трансформации современного российского общества и глобализации.</p>
Содержание дисциплины	<p>Сущность, принципы и модели социального государства. Концепция социального государства Российской Федерации. Процесс возникновения, становления и развития социального государства. Главные цели и задачи социального государства. Основные положения Концепции социального государства Российской Федерации. Критерии оценки и механизмы реализации. Приоритеты современного этапа развития российского государства. Формирование в России социального рыночного хозяйства. Компромисс между темпами экономического роста и динамикой социальных показателей. Законодательная регламентация социальных обязанностей государственной власти. Взаимодействие социального государства с институтами гражданского общества. Социальное партнерство. Признаки правового государства. Важнейшие характеристики социального правового государства. Взаимная ответственность государства и гражданина. Сущность, принципы и важнейшие направления социальной политики социального государства. Социальные стандарты как основа социальной политики социального</p>

	государства Социальная политика российского государства. Современные представления о социальной ответственности власти. Пределы государственного вмешательства в экономические процессы и общественные отношения. Распределение социальной ответственности между различными уровнями госвласти и местного самоуправления. Социальная ответственность бизнеса. Приоритетные направления развития корпоративной социальной ответственности. Социальная ответственность гражданина.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей с такими дисциплинами, как философия, психология, социология, правоведение, история, экономика.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы функционирования социального государства; - теоретические основы возникновения социального государства как государства нового цивилизационного типа; - принципы, цели и направления социальной политики государства; - приоритеты социального развития Российской Федерации; - принципы организации социальной экспертизы и социального аудита; - сущность и значение социальной информации в развитии современного общества; - основные методы, способы и предложения по решению социальных проблем; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - исследовать теоретические основы формирования социального государства и его модели; - использовать основные положения и приоритеты социальной политики государства при решении социальных и профессиональных задач; - соблюдать основные правовые и юридические законы Российской Федерации, касающиеся социальной политики; - разрабатывать предложения и рекомендации по решению социальных проблем; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - юридическими и правовыми знаниями, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей построения социального государства; - навыками по проведению социального аудита и социальной экспертизы; - навыками по повышению социальной ответственности гражданина социального государства; - навыками адекватного анализа проводимых в России социальных преобразований на этапе становления социального государства; - методами, способами и средствами оценки эффективности социальной политики государства.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP/7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций Microsoft PowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	Текущий контроль на практических занятиях, тестирование

Форма итогового контроля знаний	Зачёт
--	-------

Аннотации дисциплин по выбору обучающихся вариативной части учебного цикла Б.1

Б.1.ДВ.1.1.Политология

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	Обеспечить подготовку студентов по избранной специальности во взаимодействии с другими дисциплинами; помочь студентам овладеть не только достижениями мировой политической науки основными концепциями, взглядами и точками зрения по рассматриваемым проблемам, но и отразить вклад отечественных учёных в мировую политическую культуру; способствовать всестороннему и гармоническому развитию личности студента, формированию у студентов политологической культуры; сформировать у студентов способность творчески мыслить, вооружить их методологией научного анализа современных политических процессов в стране; привитие студентам практических навыков политических проблем современной жизни. Исследовать острые общественные вопросы политической власти, политической системы, условия функционирования и развития демократического, политического процесса, политические конфликты, трудности становления правового и социального государства и гражданского общества и т.д.
Содержание дисциплины	Политология как наука и учебная дисциплина. История политических учений. Эволюция мировой политической мысли. Современные политологические школы и теории. Гражданское общество. Политическая власть и политическая система. Политические институты. Политическое лидерство и политическая элита. Политические конфликты и способы их разрешения. Мировая политика и международные отношения.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-3, ОК-5, ОК-17
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей с такими дисциплинами, как философия, психология, социология, правоведение, история, экономика и т.д.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - объект, предмет и методы политической науки, её понятийно-категориальный аппарат; - ориентироваться в основных современных политических школах, концепциях и направлениях; - природу и сущность политики и политической власти, их традиционные и современные трактовки; - основные функции и категории политологии; - место политологии в системе общественных наук; - становление и развитие политических учений; - причины возникновения гражданского общества и условия его функционирования;

	<ul style="list-style-type: none"> - сущность и основные черты политической власти; - тенденции развития политических систем, политических партий, современного политического процесса, мировой политики и международных отношений; - роль России в становлении нового мирового порядка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - всесторонне анализировать научную литературу; - использовать современные приёмы и методы политологического анализа; - осмысливать политические явления и процессы, ориентироваться в них; - осуществлять поиск информации через библиотечные фонды, компьютерные системы информационного обеспечения, периодическую печать; - применять полученные знания на практике и в профессиональной деятельности; - логично и аргументировано высказывать свою позицию и оценку по политическим вопросам; - использовать научные принципы и общечеловеческие ценности при оценке значимости конкретных политических явлений и событий. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приёмами самостоятельной работы с рекомендуемыми источниками и литературой по политологии; - методикой сравнительного анализа политологических фактов, событий, явлений общественной жизни на основе научного материала; <p>- умением ведения дискуссий по проблемам изучаемого курса.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<p>1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP/7</p> <p>2. Программа для создания и демонстрации презентаций Microsoft PowerPoint</p> <p>3. Мультимедийный проектор</p>
Формы промежуточного контроля знаний	Текущий контроль на практических занятиях, тестирование
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.ДВ.1.2. Государственное право России и зарубежных стран*
(составитель аннотации – кафедра государственно-правовых дисциплин)

Цель изучения дисциплины	Формирование у обучающихся высокого уровня правосознания, ориентация их на неукоснительное соблюдение норм Конституции Российской Федерации, действующего федерального и регионального законодательства, норм международного права и международно-правовых договоров. Познание демократических принципов конституционного права. Ознакомление с важнейшими проблемами государственного строительства.
Содержание дисциплины	Понятие и предмет конституционного права; место российского конституционного права в системе права России; конституционное развитие России; Конституция РФ 1993 г.; конституционные основы общественного и государственного строя; основы

	<p>конституционного строя РФ; основы правового положения граждан; конституционный статус человека и гражданина РФ; гражданство в РФ (принципы гражданства в РФ, основания приобретения и прекращения, порядок решения вопросов российского гражданства); конституционные права, свободы и обязанности российских граждан, их реализация и защита; формы правления; государственное устройство РФ: содержание и правовое закрепление российского федерализма; административно-территориальное деление в Российской Федерации; автономия в России; РФ - член Содружества Независимых Государств; избирательная система и избирательное право в РФ; референдум; порядок принятия и изменения конституции; конституционная система органов государства; виды государственных органов в РФ, их система и конституционно-правовой статус; Президент РФ; Федеральное Собрание - парламент РФ, его палаты; законодательный процесс в Федеральном Собрании; Правительство РФ; судебная власть в РФ; конституционные основы деятельности Прокуратуры РФ; Конституционный Суд РФ; конституционные основы системы государственной власти субъектов РФ; местное управление и самоуправление в РФ.</p>
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-3, ОК-5, ОК-17
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Для изучения дисциплины необходимо обладать знаниями, полученными при изучении дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла: «Философия» (базовая часть), «История» (базовая часть).
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы, категории и понятия науки конституционного права; - основы конституционного строя России, правового статуса личности, организации и функционирования органов государственной власти России и ее субъектов, органов местного самоуправления; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в действующем конституционно-правовом законодательстве; - комментировать с позиции конституционного права проблемы и успехи внутренней и внешней политики России, правоприменительную деятельность субъектов конституционного права; - толковать нормы права и применять их к конкретным практическим ситуациям.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	Текущий контроль на практических занятиях, тестирование
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.ДВ.2.1.Основы риторики и звучащего слова
(составитель аннотации –кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Цель преподавания дисциплины - формирование риторической компетенции, а также умения выступать публично.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современный русский литературный язык: происхождение, этапы развития, разделы и аспекты изучения ; • современное состояние русского языка; • функциональные стили речи (подстили и жанры); • коммуникативные качества речи; • нормы современного русского языка (орфоэпические, акцентологические, лексические, грамматические, стилистические, орфографические, пунктуационные); • формулы речевого этикета; • стилистика делового письма и классификация служебных документов.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-2,
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Данный курс является дисциплиной первого цикла учебного плана по всем направлениям подготовки бакалавров и преподаётся студентам всех направлений подготовки. Освоение русского языка и культуры речи базируется на знаниях, полученных в рамках школьного курса русского языка.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знать историю развития и основные направления риторики как науки; • жанры устной и письменной речи; • коммуникативные качества речи; <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • публично выступать, владея техникой и практикой ведения спора. <p>При изучении материала студентам необходимо обращать внимание на этические нормы в речи, использовать при подготовке к выступлениям лучшие образцы ораторского искусства, элементы невербальной коммуникации.</p> <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • логически правильно строить риторическое произведение, четко соотносить части, их объем, тематические и временные рамки; • устанавливать контакт со слушателями, опираясь на интересы, потребность слушателей; • лингвистически корректно строить риторическое произведение в соответствии со стилем, жанром речи, целью и намерениями оратора; • правильно использовать лексические, морфологические средства для создания образности речи, ее гармонии и благозвучия.
Используемые инструментальные и программные средства	<p>1. Полный цикл мультимедийных презентаций по теоретическому курсу дисциплины.</p> <p>2.Материалы электронной библиотеки, находящиеся в свободном доступе.</p>

Формы промежуточного контроля знаний	Публичные выступления на заданную тему, выполнение упражнений на практических занятиях, проверка домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.ДВ.2.2.Поведение потребителей*
(составитель аннотации – кафедра маркетинга)

Цель изучения дисциплины	Освоение теории потребительского поведения, приобретение знаний об особенностях потребительского поведения и отработка практических навыков процесса организации изучения потребителей для эффективной маркетинговой деятельности компании.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Внешние и внутренние факторы для их использования в маркетинговой деятельности, кросс-культурные вариации в поведении потребителей, социальная стратификация. • Социальный статус потребителей • Группы и групповые коммуникации • Модели персонального поведения • Распределение ролей в процессе принятия решения о покупке • Процесс принятия решения о покупке как информационный процесс • Мотивация потребителей • Личности и эмоции • Персональные ценности • Жизненный стиль и ресурсы потребителей • Знания и отношения потребителя к товарам • Процесс принятия решения о покупке
Формируемые компетенции	ОК-1
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Маркетинг Стратегический маркетинг Маркетинговые исследования Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы организации и проведения исследования потребителей • современные модели потребительского поведения • специфику поведения потребителей на рынках продовольственных, непродовольственных товаров и на рынке услуг • преимущества и недостатки методов изучения потребителей • технологии сбора и использования информации о потребителях и их поведении на рынке • источники получения информации о потребителях <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять полученные знания на практике • проводить изучение потребительского поведения • идентифицировать потребности, восприятие и мотивы потребителей • анализировать процесс принятия потребителем решения о

	<p>покупке</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать влияние социальных и культурных факторов на потребителя <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • количественными и качественными методами изучения поведения потребителей • методами глубинных и сфокусированных интервью • методами проектных технологий изучения поведения потребителей • анализировать полученные данные о потребителях • составлять аналитические отчеты о потребителях
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • Оригинальные программные продукты кафедры маркетинга.
Формы промежуточного контроля знаний	Решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б1.ДВ3.1. Основы выставочно-конгрессной деятельности

(составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний об основах выставочно-конгрессной деятельности, как системы отражения достижений научно-технического и социального прогресса, состояния рынка, влияния на ускорение развития общества.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • государственные и общественные структуры как основной субъект регулирования выставочно-конгрессной деятельности; • Ярмарочно-выставочная деятельность – исторический экскурс функции выставок и конгрессов в современном обществе; • Основные международные (УФИ, МБВ) и российские выставочные организаторы (РСВЯ), программы их деятельности и развития; • международная конгрессная ассоциация EFES; • рынок выставочных услуг. Международная классификация выставок. • технология подготовки выставки; • особенности организации конгрессных мероприятий; <ul style="list-style-type: none"> • основные этапы подготовки выставочного мероприятия; • организация работы на выставке, послевыставочный период; • протокольные мероприятия, их организация и проведение в период работы выставки; • планирование действий организаторов выставочного мероприятия; • технология подготовки к участию в выставке; • особенности организации российских экспозиций на выставках за границей; • особенности организаций российских экспозиций за границей с частичным бюджетным финансированием; • Всемирные выставки «ЭКСПО»: их роль и значения.

Формируемые компетенции	ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-8, ОК-11, ПК-3, ПК-5, ПК-17, ПК-18, ПК-22, ПК-24
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) Основы менеджмента
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понятия «ярмарка», «выставка», «конгресс», их цели и задачи, • современную типологию выставочных и конгрессных мероприятий, • цели и задачи участников и организаторов выставочных мероприятий. <p>• особенности подготовки российских выставочных мероприятий и конгрессов за границей</p> <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • эффективно применять знания при организации участия в выставочном мероприятии, организации выставочного мероприятия и конгресса • составлять договора, контракты и сметную документацию на участие в выставочно-конгрессных мероприятиях, осуществлять деловую переписку <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками и знаниями в сфере практической подготовки выставочного и конгрессного мероприятия
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint; • Microsoft Word.
Формы промежуточного контроля знаний	Семинары, деловые игры, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Диф.зачет

Б.1.ДВ.3.2.Конкурентоспособность*
(составитель аннотации – кафедра менеджмента)

Цель изучения дисциплины	Дать будущим специалистам и руководителям теоретические основы и практические знания по решению проблем, связанных с оценкой и управлением конкурентоспособностью предприятия.
Содержание дисциплины	Теоретические основы конкуренции -Роль и значение конкуренции в рыночной экономике. -Основные понятия и условия возникновения конкуренции. -Функции конкуренции. -Основные факторы конкуренции. Современные приоритеты в конкуренции.

	<p>-Виды конкуренции (ценовая и неценовая конкуренция). Преимущества неценовой конкуренции. -Уровни конкуренции по Ф. Котлеру. -Конкурентные рыночные структуры и развитие конкуренции на российском рынке -Формы и методы недобросовестной конкуренции</p>
Формируемые компетенции	ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-8, ОК-11, ПК-3, ПК-5, ПК-17, ПК-18, ПК-22, ПК-24
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<p>Основы теории коммуникаций Основы менеджмента</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность процесса конкурентного анализа; – факторы эффективности процесса оценки конкурентных преимуществ товаров; – понятие и сущность конъюнктуры рынка; – способы достижения фирмой конкурентных преимуществ на рынке и иерархию пропорций рынка; – методы оценки распределения рыночных долей, методики измерения цикличности и сезонных колебаний; – основы функционирования системы управления качеством продукции в России и за рубежом; – проблемы в области качества товаров и выявление методов их решения; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определить тип конкурентной ситуации на рынке; – проводить графическое позиционирование товаров на рынке; – оценить конкурентоспособность товара и фирмы выбрать наиболее эффективную конкурентную стратегию фирмы; – осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; – выявлять основные тенденции в развитии мировой экономики и анализировать последствия принимаемых управленческих решений в сфере международного бизнеса; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками расчета показателей качества и конкурентоспособности продукции на мировых товарных рынках; – применения статистических инструментов контроля качества товара; проведения исследований факторов конкурентоспособности организации.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint; • Microsoft Word.
Формы промежуточного контроля знаний	Семинары, деловые игры, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Диф.зачет

Б.1.ДВ.4.1.Конфликтология*(составитель аннотации – кафедра менеджмента)*

Цель изучения дисциплины	Успешно выявлять объективные и субъективные причины конфликтов; владеть искусством управления конфликтным процессом и коррекции своего поведения в конфликте; выступать посредником при решении конфликта.
Содержание дисциплины	понятия конфликта; конфликтологическая компетентность; причины конфликтов; структура конфликта; динамика конфликта; конфликтное поведение; управление конфликтом; стили поведения в конфликте; виды конфликтов;
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-3, ОК-7
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Коммуникология вопросы теории и практики Основы теории коммуникации Психология массовых коммуникаций
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	«Знать»: Теорию конфликта, стили поведения в конфликте, виды конфликтов, способы разрешения и урегулирования конфликта. Уметь»: Осуществлять диагностики, профилактику конфликта, применять меры управляющего воздействия на конфликтные ситуации. Владеть»: Приемами воздействия на собственное поведение и поведения партнеров в ситуациях конфликта, способами управления и разрешения конфликтов.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none">• PowerPoint;• Microsoft Word.
Формы промежуточного контроля знаний	Практические упражнения, творческие задания, упражнения-ситуации, тестирование
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.ДВ.4.2. Управление интеллектуальной собственностью**(составитель аннотации – кафедра защиты информации)*

Цель изучения дисциплины	Знакомство студентов с основными объектами и субъектами интеллектуальной собственности, правовыми аспектами управления интеллектуальной собственностью. Как специалистов в области управления в рамках данного курса студентов необходимо познакомить с правовыми аспектами защиты интеллектуальной собственности.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сущность управления интеллектуальной собственностью, жизненный цикл продукта, выбор модели управления интеллектуальной собственностью; • основные положения современной концепции управления собственностью, требования, предъявляемые к интеллектуальной собственности, интеграция стратегии организации и проектов; • организационный инструментарий управления интеллектуальной собственностью, функциональные проблемы управления интеллектуальной собственностью и их решения; • управление интеллектуальной собственностью на предприятии, • профессиональные обязанности сотрудников по управлению интеллектуальной собственностью; • определение состава работ по управлению интеллектуальной собственностью, уровень детализации управленческого процесса; • управление стоимостью интеллектуальной собственности; • управление рисками; • защита интеллектуальной собственности; • обзор современных программных продуктов для управления интеллектуальной собственностью.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-3, ОК-7,
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современную концепцию управления интеллектуальной собственностью; • основные методы, используемые при управлении и защите интеллектуальной собственности. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению интеллектуальной собственностью; • обосновывать необходимость использования аналитического и компьютерного инструментария для решения задач по управлению интеллектуальной собственностью; • применять на практике аналитические и расчетные методы в процедуре принятия управленческих решений по управлению интеллектуальной собственностью; • ориентироваться в современных специализированных программных продуктах по управлению интеллектуальной собственностью. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческих решений, организация, мотивирование и контроль); • навыками практического использования экономико-математических методов в управлении интеллектуальной собственностью; • навыками решения комплекса экономических задач и проведения

	вариантных расчетов при выборе управленческих решений при управлении интеллектуальной собственностью.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • Оригинальные программные продукты кафедры менеджмента.
Формы промежуточного контроля знаний	Решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.1.ДВ.5.1.Массовая культура и постмодерн
(составитель аннотации –кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	<p>Цель курса - раскрыть явления культурной жизни, оказавшие огромное влияние на развитие массового сознания современного общества и расширившие наши представления о новых формах и способах коммуникативного взаимодействия. В процессе изучения курса «Массовая культура и постмодерн» предполагается решить следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотреть массовую культуру и постмодерн в контексте развития общечеловеческой культуры; - раскрыть их коммуникационный потенциал; - показать, как открытия художественного плана предвосхищают появление новых креативных коммуникационных техник и технологий; - научить видеть в современных явлениях культуры возможности для яркой, запоминающейся, неординарной рекламы и эффективного PR-взаимодействия; - отработать практические методы включения оригинальных приемов из области художественной культуры в интегрированные PR-коммуникации.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Парадигмы массовой культуры <ul style="list-style-type: none"> • Массовая культура и массовые ценности <ul style="list-style-type: none"> • Основные направления массовой культуры. Массовая культура в «посткультурном пространстве» XX-XXI века • Философия постмодерна <ul style="list-style-type: none"> •Основные идеи и принципы постмодерна • Язык и стиль постмодерна. Постмодернизм как искусство переходной эпохи
Формируемые компетенции	Ок-2, Ок-3, Ок-4, Ок-6, Ок-8, Ок-9, Ок-10, Ок-12, ПК-1, ПК-3, ПК-23, ПК-27
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • История мировой художественной культуры(история искусств) • Проектирование в рекламе и связях с общественностью • Консалтинг в рекламе и связях с общественностью • Креативный менеджмент
Знания, умения и навыки, получаемые в результате	«Знать»: специфику, типологию и классификацию основных теорий массовой культуры и постмодерна, методы исследования и анализа современных социокультурных явлений в области массовой культуры и постмодерна, основные творческие идеи, принципы и приёмы массовой

изучения дисциплины	культуры и постмодерна, язык и стиль массовой культуры и постмодерна. «Уметь»: видеть в современных явлениях культуры возможности для эффективного PR-взаимодействия; использовать знания массовой культуры и постмодерна в области рекламы и связей с общественностью. «Владеть»: навыками и знаниями практического включения оригинальных приемов из области массовой культуры и постмодерна, а шире - художественной культуры, в интегрированные PR-коммуникации.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.1.ДВ.5.2.Документоведение*
(составитель аннотации – кафедра маркетинга)

Цель изучения дисциплины	Формирование системного представления об организации документооборота на предприятии; порядке оформления и работы с различными видами документов.
Содержание дисциплины	Основные блоки дисциплины: <ul style="list-style-type: none"> • Документооборот и требования к его организации • Основные виды документов и их характеристика • Организационно-распорядительные документы и правила их оформления • Оформление кадровой управленческой документации • Организация делопроизводства на предприятии.
Формируемые компетенции	ОК-2, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12,
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	«Знать»: <ul style="list-style-type: none"> • сущность, роль и виды информации, которая подлежит документированию в процессе хозяйственной деятельности торговых предприятий; • законодательные и нормативные акты, регламентирующие порядок организации документооборота в торговых предприятиях и документирования конкретных торговых операций; • порядок организации документирования торговых операций по отдельным этапам торгово-технологического процесса; • последовательность выполнения торговых операций и методы рационализации схем документирования ; • алгоритмы проверки качества документов, с помощью которых оформляются торговые операции. «Уметь»: <ul style="list-style-type: none"> • пользоваться нормативными документами, регламентирующими

	<p>порядок составления документов, опосредующих торгово-технологические и коммерческие операции в торговом предприятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение на основе контроля пакета документов, сопровождающих формирование, оформление и функционирование хозяйственных связей; • оперативно принимать управленческие решения по поводу организации на основе анализа документов, подтверждающих факты и отражающих существо конкретной хозяйственной задачи. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основными методами сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления торговой деятельностью, навыками работы с компьютером как средством управления информацией ; • методами оформления хозяйственных связей с поставщиками и покупателями по поводу купли-продажи, поставки товаров, документального сопровождения заключаемых сделок, методами оценки их действительности, проверки документов.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры маркетинга.
Формы промежуточного контроля знаний	Решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Аннотации дисциплин базовой части учебного цикла Б.2

Б.2.Б.1.Математика и статистика

(составитель – кафедра естественнонаучных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	Целью изучения данной дисциплины является реализация требований к освоению соответствующих компонентов общекультурных и профессиональных компетенций на основе формирования у студентов системных и глубоких теоретических знаний, умений и практических навыков по методологии, моделированию и организации количественных расчетов на основе раскрытия функциональной модели реальной задачи и получения прогнозных оценок развития социальных процессов.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основы теории множеств; • основы матричного исчисления; • комбинаторика; • вероятность событий; • дискретные случайные величины; • непрерывные случайные величины; • основы математической статистики.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-10,
Наименования	• Базовый курс по арифметике и алгебре за среднюю школу

дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> определения, теоремы, подходы к решению задач из основных разделов математики, теории вероятности и математической статистики. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> применять методы математического анализа в профессиональных задачах; пользоваться справочной литературой по математике. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыками практического использования базовых знаний математики и математических методов в профессиональной деятельности.
Используемые инструментальные и программные средства	Не используются
Формы промежуточного контроля знаний	Решение задач на практических занятиях, самостоятельная работа
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.1.Б.2.Компьютерные технологии и информатика

(составитель аннотации - кафедра информационных технологий)

Цель изучения дисциплины	Является обучение студентов необходимым навыкам работы с компьютерными правовыми системами, поиску документов в различных ситуациях и их изучению, анализу правовых проблем, сохранению результатов работы, созданию собственного информационного пространства, изучению особенностей поиска и анализа информации из специализированных разделов систем «Гарант» и «КонсультантПлюс», а также навигации в среде WWW.
Содержание дисциплины	Текстовый редактор MicrosoftOfficeWord 2007. Электронныетаблицы Microsoft Office Excel 2007. Базыданных Microsoft Office Access 2007. Компьютерные справочные системы "Гарант" и "Консультант+". Компьютерная консультативная юридическая система (ККЮС).
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-10, ОК-13
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Основы теории коммуникации Математика
Знания, умения и навыки, получаемые в	Знать - основные принципы и тенденции развития методов сбора, хранения и

результате изучения дисциплины	<p>обработки информации как средством управления информацией;</p> <p>- методы работы с информационно-справочными системами для использования нормативных правовых документов в профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и использовать базовые возможности корпоративных информационных систем с целью анализа информации и принятия обоснованного решения.</p> <p>Владеть:</p> <p>- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки правовой информации.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<p>1. Персональный компьютер с операционной системой WindowsXP/Vista/7</p> <p>2. MicrosoftOffice 2007</p> <p>3. Правовая система «Гарант», «Консультант плюс».</p>
Формы промежуточного контроля знаний	Презентации, контрольные работы, тестирование. Зачет
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Аннотации дисциплин вариативной части учебного цикла Б.2

Аннотации дисциплин по выбору обучающихся вариативной части учебного цикла Б.2

Б.2. ДВ.1.1.«Экология»

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	Изучение курса «ЭКОЛОГИЯ» имеет целью: формирование у студентов экологического мировоззрения и осознания единства всего живого и незаменимости биосферы Земли для выживания человечества.
Содержание дисциплины	<p>Экология как наука и учебная дисциплина. Предмет, объект и понятия экологии. История развития экологии. Организм как живая целостная система. Экология популяций. Экология сообществ и экосистем. Учение о биосфере. Геосферные оболочки Земли. Строение, свойства и границы биосферы.</p> <p>Экология человека. Человек и природа. Экологическая защита и охрана окружающей природной среды. Основные принципы охраны окружающей среды и рационального природопользования. Правовые механизмы охраны окружающей среды. Экологическое право. Международное сотрудничество в области охраны окружающей среды.</p>
Формируемые компетенции	ОК-9

<p>Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> - философия, - социология, - история
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины</p>	<p>В результате изучения дисциплины студенты должны знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объект, предмет и методы экологии, её понятийно-категориальный аппарат; -структуру и состав экосистем и биосферы, эволюцию биосферы; -экологические законы и принципы взаимодействия организмов со средой обитания; -виды и состав антропогенного воздействия на биосферу; -сущность современного экологического кризиса; - о путях оптимизация инженерных, экономических, организационно-правовых, социальных и иных решений для обеспечения экологически безопасного устойчивого развития; - методы сохранения, воспроизводства и рационального использования природных ресурсов; - о прогнозировании и оценке возможных отрицательных последствий в окружающей природной среде под влиянием деятельности человека; -требования профессиональной ответственности за сохранение среды обитания; -принципы государственной политики в области охраны природной среды; - основные положения законодательства РФ по вопросам рационального природопользования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - всесторонне анализировать научную литературу; -оценивать состояние экосистем; -прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности с точки зрения воздействия на биосферные процессы; -выбирать принципы защиты природной среды в соответствии с законами экологии. - осуществлять поиск информации через библиотечные фонды, компьютерные системы информационного обеспечения, периодическую печать; - применять полученные знания на практике и в профессиональной деятельности; - логично и аргументировано высказывать свою позицию и оценку по экологическим вопросам; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приёмами самостоятельной работы с рекомендуемыми источниками и литературой по экологии; - методикой сравнительного анализа экологических фактов, событий, явлений общественной жизни на основе научного материала; - умением ведения дискуссий по проблемам изучаемого курса.
<p>Используемые инструментальные и</p>	<p>1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7</p>

программные средства	2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	-- контроль исходного уровня подготовки к практическим занятиям и усвоения учебного материала в соответствии с контрольными вопросами и в процессе собеседования; - контроль решения ситуационных задач; - контроль выполнения работ и написания протоколов на практических занятиях; - контроль подготовки рефератов и бесед по экологическому воспитанию населения, пропаганде здорового образа жизни (самостоятельная работа студентов).
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.2. ДВ.1.2. Концепции современного естествознания*
(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	Сформировать целостное представление о естествознании как специфической части научного познания, о сущности и содержании современной естественнонаучной картины мира; вооружить знаниями о закономерностях развития природы, путях гармонизации отношений между обществом и природой; сформировать умения и навыки практического использования достижений естественных наук в интересах адаптации человека к окружающей среде и рационального природопользования; способствовать формированию у студентов высокой экологической культуры и здорового образа жизни.
Содержание дисциплины	Естественнонаучная и гуманитарная культура, научный метод познания мира. Объяснение и понимание как процедуры научного познания. Естествознание как наука о явлениях и законах природы. Основные отрасли современного естествознания: физика, химия, биология, генетика, геология, астрономия, антропология и другие, их взаимосвязь. Фундаментальные и прикладные естественные науки Основные концепции естествознания: космологические, геологические, физические, химические, биологические, антропологические, социальные. Интегральные концепции современного естествознания: системный и синергетический подходы. Закономерности строения материи: корпускулярная и континуальная концепции описания природы. Структурные уровни организации материи. Микро- макро- и мегамиры. Пространство и время, принципы относительности. Принципы симметрии. Законы сохранения. Взаимодействие, близкодействие, дальнодействие. Принципы суперпозиции, принципы неопределенности, дополнительности. Динамические и статистические закономерности в природе. Химические системы. Порядок и беспорядок в природе, хаос. Принцип возрастания энтропии в замкнутых системах. Негэнтропийные тенденции в системах с активными элементами. Самоорганизация в живой и

	<p>неживой природе.</p> <p>Особенности биологического уровня организации материи. Несводимость закономерностей органической материи высшего порядка к закономерностям низшего порядка, изучаемых атомной физикой. Кризис физикализма. Принцип универсального эволюционизма. Организация и устойчивость биосферы. Биосфера и космические циклы.</p> <p>Особенности человека и социально-экономических систем. Генетика и эволюция человека. Экология и биоэтика. Ноосфера. Человек и его здоровье, здоровый образ жизни, основные направления природотерапии.</p>
Формируемые компетенции	ОК-9
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - философия, - социология, - психология
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проблему единства и различия естественнонаучной и гуманитарной культуры; – содержание основных естественнонаучных концепций, отражающих современные представления о пространстве и времени, происхождении и эволюции Вселенной, особенностях биологического уровня организации материи, воспроизводстве и развитии живых систем, самоорганизации в живой и неживой природе, географической оболочке Земли, химических процессах и реакционных способностях вещества; – тенденции развития современного естествознания, структурные уровни организации материи: микро-, макро- и мегамир, закономерности функционирования и эволюции в природе, суть химического, физического и биологического взаимодействия; – биологические основы психики, социального поведения и здоровья человека; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать достижения естественных наук в интересах адаптации человека к окружающей среде и рационального природопользования; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации своей профессиональной деятельности на основе рекомендаций валеологии и биоэтики; – приемами формирования высокой экологической культуры и здорового образа жизни.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	<p>Для осуществления промежуточного контроля содержание учебной дисциплины разбивается на три модуля, которые представляют собой логически завершённые части учебной программы и являются комплексом знаний, умений, навыков и компетенций, подлежащих контролю. Контроль освоения модулей</p>

	осуществляется путем сдачи студентами письменных (компьютерных) тестов.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Аннотации дисциплин базовой части учебного цикла Б.3

Модуль 1. Коммуникология

Б.3.Б.1. Основы теории коммуникации

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области коммуникационного процесса, закономерностей его протекания в обществе на межличностном, групповом и массовом уровнях, в экономической, политической и социальной сферах.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Теория коммуникации как специальная отрасль научного знания. Законы и категории теории коммуникации • История возникновения и основные этапы развития зарубежной и отечественной теории коммуникации • Социологические источники теории коммуникации • Коммуникация как система и процесс. Коммуникаторы, коммуниканты и аудитория как основные субъекты коммуникативного процесса • Уровни коммуникации. Семиотика как знаковый способ осуществления коммуникации • Языковой (лингвистический) и метаязыковой (металингвистический) уровень коммуникации • Невербальный (паралингвистический) уровень коммуникации • Синтетический уровень коммуникации • Коммуникативная личность и уровни коммуникации, определяемые численностью аудитории • Массовая коммуникация • Коммуникации в бизнес - и государственных структурах • Реклама как разновидность массовой коммуникации • Массовая коммуникация в сфере общественных связей и отношений • Феномен межкультурного взаимодействия и его культурно-антропологические основы • Основные формы межкультурной коммуникации: общая характеристика • Проблемы восприятия межкультурных различий
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-7, ПК-3, ПК-19, ПК-17, ПК-21
Наименования	<ul style="list-style-type: none"> • Социология массовых коммуникаций

дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Психология массовых коммуникаций • Теория и практика массовой информации • Интегрированные коммуникации (теория и практика рекламы и связей с общественностью) • Межличностные и деловые коммуникации
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру, функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса, виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде</p> <p>«Уметь»: вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации, собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.</p> <p>«Владеть»: методологическим базисом изучаемой дисциплины, определять соотношение теории коммуникации со смежными науками, иметь представление о специфике коммуникативных процессов в современном обществе, о свойствах и характеристиках информационного общества; иметь представление о едином методологическом базисе прикладных коммуникативных технологий, о подходах к эмпирическим исследованиям коммуникации и об эффективных приемах и методах профессиональной массово-коммуникативной деятельности.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • Power Point; • Microsoft Word; • MS Excel.
Формы промежуточного контроля знаний	Контрольная работа, тестирование, зачет
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.Б.2.Социология массовых коммуникаций (составитель аннотации –кафедра социологии)

Цель изучения дисциплины	<p>Получение студентами знаний о сущностных и содержательных характеристиках массовой коммуникации как социального явления и социального процесса, о функционировании массовых коммуникаций в современном обществе и особенностях их информационного влияния на различные социальные структуры. Изучение дисциплины направлено также на освоение студентами системно-аналитического подхода к исследованию массовых коммуникаций, овладение социологическими методами качественной и количественной оценки различных видов массовой коммуникаций (социальной, политической, коммерческой и других)</p>
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания. 2. Возникновение и эволюция массовых коммуникаций. Массовые коммуникации в современном обществе. 3. Массовые коммуникации как социальная подсистема. 4. Место средств массовой информации (СМИ) в системе массовой коммуникации. СМИ как четвертая власть.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Роль массовой коммуникации в формировании и функционировании общественного мнения. 6. Формы и методы коммуникативного воздействия на аудиторию. 7. Культура и искусство как канал коммуникации. 8. Интернет и мобильные коммуникации в структуре коммуникационного пространства. 9. Особенности политической коммуникации. Коммуникационное сопровождение политических кампаний. 10. Массовая коммуникация в системе экономических отношений. 11. Социальные и правовые нормы, регулирующие деятельность средств массовой коммуникации. 12. Основные направления и методы исследования системы массовой коммуникации.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-4, ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-8, ПК-9, ПК-11, ПК-12
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<p>Социальная философия</p> <p>История и теория социологии</p> <p>Методология конкретных социологических исследований</p> <p>Социальная психология</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные характеристики массовой коммуникации как социального явления и социального процесса • особенности информационного влияния массовой коммуникации на различные социальные структуры и социальные группы • социальные и правовые основы функционирования массовых коммуникаций; • особенности реализации различных видов коммуникации (политической, коммерческой, социальной) в современном обществе; • теоретические и методологические основы исследования массовых коммуникаций. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать деятельность системы массовой коммуникации, вычленять в ней основные содержательные и функциональные составляющие; • проводить конкретные социологические исследования по изучению качественных и количественных характеристик элементов массово-коммуникационного процесса • проводить сравнительный анализ эффектов влияния средств массовой коммуникации на общественное мнение, ценностно-целевые и поведенческие характеристики участников коммуникационного процесса; • использовать знание методов и теорий социологии массовых коммуникаций при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками контент-анализа содержания информации; • навыками исследования качественных и количественных характеристик системы массовой коммуникации с целью оптимизации ее деятельности; • методами моделирования коммуникативного пространства; • методами, позволяющими вести эмпирические исследования

	аудитории.
Используемые инструментальные и программные средства	Программы: MS Excel; MS PowerPoint; MS Word; Программы компьютерного тестирования Электронная библиотека кафедры социологии
Формы промежуточного контроля знаний	Коллоквиумы, анализ кейсов, подготовка и проведение презентаций, решение задач на практических занятиях, подготовка аналитических записок, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.Б.3. Психология массовых коммуникаций

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование у обучающихся комплекса компетенций, обеспечивающих готовность выпускника эффективно исследовать и организовывать массовые коммуникации, проектировать медиа-воздействие, разрабатывать сообщения и преодолевать коммуникационные барьеры
Содержание дисциплины	Основные блоки дисциплины: - понятие массовой коммуникации и психологическая характеристика СМИ; - психологические теории массовой коммуникации; - виды и методы психологических исследований массовой коммуникации; - психика человека как основа коммуникационных процессов; - психологический анализ аудитории массовой коммуникации; - психологический анализ текстов массовой коммуникации и основы психолингвистики; - психологические модели влияния массовой коммуникации; - психологический анализ влияния массовой коммуникации на человека и общество; - психология творчества в массовой коммуникации; - эффективность массовой коммуникации; - психологические феномены массовой коммуникации.
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-9, ОК-11, ПК-4, ПК-10, ПК-11, ПК-18, ПК-23, ПК-26, ПК-31, ПК-32, ПК-33.
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	- психология; - социология; - философия; - основы теории коммуникации.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	«Знать»: - основные психологические теории и модели влияния массовой коммуникации; - методы и виды психологических исследований массовой коммуникации; - социально-психологические феномены массовой коммуникации; «Уметь»: - эффективно применять психологические знания в проектной, организационно-управленческой, исследовательско-прогностической сферах профессиональной деятельности, в разработке

	<p>информационных сообщений.</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать психологические механизмы обработки информации в рекламной, журналистской и PR-деятельности. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками психологического анализа феноменов массовой коммуникации; - навыками исследования психологии аудитории, оценки эффективности коммуникативного воздействия; - навыками учета психологических особенностей аудитории при организации массовых коммуникаций.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> - Power Point; - Microsoft Word; - электронный учебник; - электронная библиотека.
Формы промежуточного контроля знаний	Зачет
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.Б.4. Теория и практика массовой информации

(Составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Цель преподавания дисциплины - формирование знания о СМИ как важнейшем социальном институте, медиакультуры специалистов в области рекламы и связей с общественностью, основ творческой публицистической деятельности,
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • история журналистики в мире и в России; • современное состояние и функционирование системы СМИ России; • рыночные механизмы регулирования деятельности СМИ; • социальные и социально-психологические факторы массовых информационных процессов; • основы творческой публицистической деятельности специалистов в сфере массовой информации; • правовые и этические нормы журналистики; • техника и технология СМИ.
Формируемые компетенции	ОК-11, ОК-12, ПК-2, ПК-6, ПК-14, ПК-18, ПК-26.
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<p>Данный курс является комплексным по своему содержанию, он интегрирует и расширяет объем знаний студентов по следующим сопряженным дисциплинам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социология массовых коммуникаций - психология массовых коммуникаций
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знать историю развития и современную структуру системы средств массовой информации; • назначение и особенности жанров периодической печати, радио, телевидения, сетевых СМИ; • законодательство в сфере массовой информации; • технико-технологические возможности различных информационных каналов.

	<p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять знания по теории и практике массовой информации в процессе общения с редакциями и сотрудниками СМИ; • организовать грамотное медиапланирование рекламных и ПР-акций; • организовать работу редакции корпоративного издания. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками анализа и оценки сообщений информационных каналов; • методами организации сотрудничества с редакциями СМИ; • приемами творческой публицистической деятельности; • способами редакторского анализа и устранения погрешностей в публицистических произведениях, предназначенных для публикации в прессе.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Официальные документы и материалы (законы РФ, указы президента РФ, постановления правительства по вопросам функционирования и развития СМИ, ежегодные доклады Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и др.). 2. Полный цикл мультимедийных презентаций по теоретическому разделу дисциплины. 3. Материалы электронной библиотеки, находящиеся в свободном доступе.
Формы промежуточного контроля знаний	Семинарские занятия, выполнение упражнений на практических занятиях, проверка домашних заданий, тестирование, семестровый зачет. Курсовая работа
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Модуль 2. Интегрированные коммуникации

Б.3.Б.5. Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов совокупности компетенций, связанных с пониманием роли интегрированных коммуникаций в современной рекламной индустрии; знаний о структуре и видах маркетинговых коммуникаций; знаний о системе средств массовой информации с точки зрения использования их при проведении рекламных кампаний; знаний обо всех элементах коммуникационного процесса; навыков решения маркетинговых задач с использованием различных видов интегрированных коммуникаций.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основы маркетинговых коммуникаций • Функции коммуникатора в маркетинговых коммуникациях • Роль средств массовой информации в маркетинговых коммуникациях • Маркетинговые услуги (нетрадиционная реклама) в маркетинговых коммуникациях • Роль рекламного агентства в маркетинговых коммуникациях • Связи с общественностью в маркетинговых коммуникациях • Сообщение в маркетинговых коммуникациях • Медиапланирование информационно-рекламных кампаний • Фактор целевой аудитории в маркетинговых коммуникациях
Формируемые	ОК-1, ОК-3, ОК-4, ОК-11, ОК-13, ПК-3, ПК-12, ПК-16, ПК-23, ПК-27

компетенции	
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Массовые коммуникации и медиапланирование • Введение в медиабизнес
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать: отличительные черты различных маркетинговых коммуникаций; достоинства и недостатки различных видов рекламных коммуникаций; этапы работы с клиентом в рекламном агентстве при проведении рекламной кампании; структуру рекламного агентства и функции его отделов.</p> <p>Уметь: обосновать применение различных видов маркетинговых коммуникаций для проведения рекламной кампании; обосновать выбор средств массовой информации как рекламоносителей и других видов маркетинговых коммуникаций при проведении интегрированных рекламных кампаний для разных рекламодателей; ориентироваться в современной ситуации в российской рекламной индустрии.</p> <p>Владеть: навыками решения маркетинговых задач с использованием различных видов интегрированных коммуникаций.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры связей с общественностью
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование, зачет
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Модуль 3. Менеджмент

Б.3. Б.6. «Основы менеджмента»

(составитель аннотации – кафедра менеджмента)

Цель изучения дисциплины	Формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности; освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента.
Содержание дисциплины	<p>Теория управления: управление как потребность и как фактор успеха деятельности, сущность и содержание управления, место теории управления в системе современных знаний, специфика управленческой деятельности, современные проблемы управления.</p> <p>Эволюция науки управления и концепций менеджмента: управленческие революции, возникновение научной теории управления, классификация подходов и школ менеджмента, национально-региональные модели менеджмента, истоки и тенденции развития российского менеджмента.</p> <p>Методологический подход к управлению: субъективные и объективные факторы в управлении; закономерности управления; цели, принципы, методы управления; соответствие целей управления целям организации; персонал менеджмента.</p> <p>Организационные отношения в системе менеджмента: понятие</p>

	<p>организации, системный и поведенческий подходы к организации; организация как социотехническая система; открытые и закрытые организации.</p> <p>Инфраструктура менеджмента: современные подходы к диагностике организации; потенциал организации; внутренняя и внешняя среда организации.</p> <p>Функциональные основы теории управления: разделение, специализация и кооперация управленческого труда; функциональная организация труда работников управления; общие и специализированные функции управления, потребность в системе управления.</p> <p>Ресурсы управления: человеческие, материальные, информационные, финансовые ресурсы управления; роль человека в процессах управления; информация как ресурс управления, информационные системы и технологии; экономическое содержание ресурсов управления.</p> <p>Разработка управленческих решений. Управление коммуникациями. Отношения власти в системе управления. Лидерство и стиль управления.</p> <p>Групповая динамика и конфликты. Организационные изменения и развитие. Управление качеством и качество управления.</p>
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ОК-4, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-21
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Основы теории коммуникации Психология
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>«Знать»</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные этапы развития менеджмента, -принципы развития и закономерности функционирования организации; -роли, функции и задачи менеджера в современной организации; -типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; -основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать организационную структуру и уметь разрабатывать предложения по ее совершенствованию; -анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; -организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методами реализации основных управленческих функций; -современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации
Используемые инструментальные и программные средства	<p>-MSProject;</p> <p>-MSExcel;</p> <ul style="list-style-type: none"> -программные продукты. -учебные видеофильмы
Формы	Промежуточный контроль осуществляется в виде контрольных

промежуточного контроля	работ, проверки и оценки домашних заданий. Зачет.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.Б.7. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области задач, предъявляемых рынком к современным отделам рекламы и связей с общественностью и их сотрудникам
Содержание дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью - Нормативно-правовые основы работы отдела рекламы и связей с общественностью в коммерческом секторе. Этические нормы - Роль, место, структура и специфика работы отдела рекламы и связей с общественностью в коммерческом секторе - Роль, место, структура и специфика работы отдела рекламы и связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления - Профессиональная деятельность в области рекламы и связей с общественностью
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций»
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать: специфику работы рекламного отдела, функциональные схемы построения отделов по связям с общественностью и рекламных агентств; основные теории управленческого менеджмента; психологию межличностных отношений и мотивационного воздействия на сотрудников.</p> <p>Уметь: выявлять проблемные ситуации в организации работы рекламных отделов и агентств; составлять планы работы отделов по связям с общественностью, оценивать их эффективность; осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных; выявлять новые сферы деятельности рекламных и PR-агентств и разрабатывать стратегические планы их работы.</p> <p>Владеть: навыками и знаниями в сфере управления и организации работы рекламных отделов предприятий; навыками планирования рекламных кампаний, в том числе умение творчески совершенствовать известные управленческие приемы; компьютерными программами; методиками оценки эффективности межличностных отношений и мотивации сотрудников.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Модуль 4. Маркетинг

Б.3.Б.8. Основы маркетинга

(составитель аннотации - кафедра маркетинга)

Цель изучения дисциплины	Формирование совокупности теоретических знаний и практических навыков, связанных с приобретением студентами необходимой квалификации для понимания сущности маркетинга, его роли и места в деятельности предприятия, в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия, руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды..
Содержание дисциплины	Основные блоки дисциплины: <ul style="list-style-type: none">• Процесс создания и донесения ценностей до потребителей• Маркетинговая среда. Анализ конкурентов.• Стратегические корпоративные и маркетинговые решения• Целевые рынки. Сегментация и позиционирование• Маркетинговые решения по товару• Маркетинговые решения по цене.• Маркетинговые решения по распределению• Маркетинговые решения по коммуникациям и взаимоотношениям• Организация маркетинга• Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение• Международный маркетинг• Маркетинг услуг
Формируемые компетенции	Ок-4, ОК-5, Пк-3,4,7,8,13,15,29,31,32
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Основы теории коммуникации Массовые коммуникации и медиапланирование Введение в медиабизнес
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	«Знать»: <ul style="list-style-type: none">• Способы сбора и обработки данных;• Методики расчета социально-экономических показателей;• Методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических задач. «Уметь»: <ul style="list-style-type: none">• Выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способен изучать, прогнозировать спрос потребителей;• Управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству ;• Собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью ;• Участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламную, или логистической, или товароведной). «Владеть»: <ul style="list-style-type: none">• Навыками сбора и обработки необходимых данных ;

	<ul style="list-style-type: none"> • Навыками управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценкой их качество, диагностировать дефекты, обеспечением необходимого уровня качества товаров и их сохранение, эффективного осуществления контроля качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству выбора и применения инструментальных средств для обработки данных; • Навыками анализа и интерпретации информации, содержащейся в различных отечественных и зарубежных источниках; • Навыками разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологических и/или маркетинговых, и/или рекламных, и/или логистических процессов) с использованием информационных технологий ;
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • Оригинальные программные продукты кафедры маркетинга.
Формы промежуточного контроля знаний	Решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование. Зачет
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.Б.9.Маркетинговые исследования и ситуационный анализ (составитель аннотации – кафедра маркетинга)

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов необходимого объема теоретических знаний и практических навыков в области формирования маркетинговой деятельности на крупных предприятиях и применения современных информационных технологий и систем в этой деятельности.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Корпоративные информационные системы и их использование в маркетинговой деятельности. • Электронный офис в маркетинговой деятельности. Обучающие информационные системы и их использование в маркетинговой деятельности. • Маркетинговые исследования в среде Internet. • Средства продвижения товаров и услуг через Internet. Реклама в сети: особенности Internet-рекламы, рекламные носители в Internet. Ценовые модели размещения рекламы в Internet. PR, личные продажи, стимулирование сбыта в среде Internet. • Модели бизнеса в среде Internet. Виды электронных магазинов. Геоинформационные системы. Структура геоинформационных систем. Принцип работы и возможности геоинформационных систем. Применение геоинформационных технологий в маркетинговой деятельности. • Геомаркетинг: понятие и основные виды. Структура геомаркетинговой информационной системы. • Применение CRM-решений в маркетинговой деятельности корпорации. • OLAP-технологии в маркетинговой деятельности корпорации. Особенности использования технологий мультимедиа в маркетинговой деятельности.
Формируемые	ОК-4, ПК-4 ПК-15,ПК- 29,ПК-31,ПК-32

компетенции	
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - Основы теории коммуникации - Массовые коммуникации и медиапланирование - Введение в медиабизнес
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия маркетинговых исследований, • методы подготовки инструментальной базы маркетинговых исследований, • статистические методы обработки собранной информации, • методы расчета экономических показателей, характеризующих изучаемый процесс или объект, • методы оценивания и верификации моделей, построенных по временным рядам; <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять гипотезы исследования, • осуществлять выбор базы, метода, места и инструментария маркетингового исследования, • верифицировать полученные прогностические модели; <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками подготовки инструментальной базы исследования, обработки собранных данных и построения на их основе прогностических моделей развития внутренней и/или внешней среды предприятия, использованию маркетинговых блоков установленного набора КИС
Используемые инструментальные и программные средства	<p>MSProject; MSExcel; Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint Оригинальные программные продукты кафедры маркетинга.</p>
Формы промежуточного контроля знаний	Решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.Б.10.Безопасность жизнедеятельности

(составитель аннотации – кафедра общегуманитарных дисциплин)

Цель изучения дисциплины	<p>Изучение курса «БЖД» имеет целью: формирование у специалистов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека. Реализация этих требований гарантирует сохранение работоспособности и здоровья человека, готовит его к действиям в экстремальных условиях.</p> <p>Основная задача дисциплины — вооружить студентов теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для:</p> <ul style="list-style-type: none"> - идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, антропогенного и техногенного происхождения; - прогнозирования развития этих негативных воздействий и оценки последствий их действия; - создания комфортного (нормативно допустимого) состояния
---------------------------------	--

	<p>среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека;</p> <ul style="list-style-type: none"> - проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; - разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий; - обеспечения устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайно опасных ситуациях; - принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их последствий.
<p>Содержание дисциплины</p>	<p>БЖД как научная дисциплина. Человек и среда обитания. Физиология труда и комфортные условия жизнедеятельности. Обеспечение комфортных условий жизнедеятельности. Негативные факторы в системе "человек - среда обитания". Воздействие негативных факторов на человека и среду обитания. Техногенные опасности и защита от них. Идентификация травмирующих и вредных факторов, опасные зоны. Методы и средства повышения безопасности технических систем и технологических процессов.</p> <p>Экобиозащитная техника. Анализ опасностей технических систем. Защита населения и территорий от опасностей в чрезвычайных ситуациях. Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени. Прогнозирование и оценка обстановки при чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики. Защита населения в чрезвычайных ситуациях. Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций. Антропогенные опасности и защита от них. Человеческий фактор в обеспечении безопасности в системе «человек-машина». Профессиональные обязанности и обучение операторов технических систем и ИТР и БЖД. Управление безопасностью жизнедеятельности. Правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения БЖД.</p> <p>Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение БЖД. Безопасность в отрасли. Безопасность и экологичность в специальных условиях.</p>
<p>Формируемые компетенции</p>	<p>ОК-15</p>
<p>Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> - экология - философия - психология - социология
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины</p>	<p>В результате изучения дисциплины студенты должны знать:</p> <p>теоретические основы безопасности жизне-деятельности в системе "человек — среда обитания"; основы взаимодействия человека со средой обитания и рациональные условия деятельности; анатомо-физиологические последствия воздействия на человека травмирующих и вредных факторов; идентификацию травмирующих и вредных факторов опасных и чрезвычайно опасных ситуаций; средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости технических средств и</p>

	<p>технологических процессов;экобиозащитную технику; методы исследования устойчивости функционирований производственных объектов и технических систем в чрезвычайных ситуациях; методы мониторинга опасных и чрезвычайно опасных ситуаций; правовые, нормативно-технические и организационные основы управления безопасностью жизнедеятельности; методы оценки ущерба и экономической эффективности в области БЖД.</p> <p>Специалист должен уметь и иметь навыки: проведения контроля параметров негативных воздействий и оценки их уровня на их соответствие нормативным требованиям; эффективного применения средств экобиозащиты от негативных воздействий; разработки мероприятий по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности; планирования и осуществления мероприятий по повышению устойчивости производственных систем и объектов; планирования мероприятий по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости участия в проведении спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайно опасных ситуаций</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приёмами самостоятельной работы с рекомендуемыми источниками и литературой по БЖД; - методикой сравнительного анализа исторических, событий, явлений общественной жизни на основе научного материала; - умением ведения дискуссий по проблемам изучаемого курса.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Персональный компьютер с операционной системой Windows 2000/XP\7 2. Программа для создания и демонстрации презентаций MicrosoftPowerPoint 3. Мультимедийный проектор
Формы промежуточного контроля знаний	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Оперативный контроль.</i> Оперативный контроль проводится с целью определения качества усвоения лекционного материала. Наиболее эффективным является его фронтальное проведение в письменной форме по окончании изучения очередной учебной темы. При этом могут использоваться контрольные вопросы, тестовые задания. - <i>Рубежный контроль.</i> В течение семестра студенты, руководствуясь учебно-методическим планом, находят ответы на контрольные вопросы и тестовые задания по каждой теме образовательной программы.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Аннотации дисциплин вариативной части учебного цикла Б.3

Б.3.В.1.Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью» (составитель аннотации –кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки содержания, экспертной оценки и продвижения текстов в связях с общественностью и рекламе.
---------------------------------	--

Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понятие «копирайтинг» и «спичрайтинг». Знаковые системы в рекламе • Фиксированные речевые акты в рекламе. Рекламный концепт в рекламном сообщении • Структурирование рекламных и PR-текстов • Вербальная структура рекламного сообщения и PR-текстов • Морфологические основы рекламных и PR- текстов • Синтаксические основы рекламных и PR- текстов • Стилистические основы рекламных и PR- текстов • Стилистика рекламных и PR- текстов • Слоган в печатной рекламе • Рекламный заголовок в печатных текстах • Коммуникационные техники рекламных заголовков • Шрифтовая интерпретация в рекламных текстах • Особенности восприятия рекламных и PR-текстов • Общая характеристика шрифтовых композиций
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-2, ПК-3, ПК19, ПК-20, ПК-21, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Теория и практика связей с общественностью • Русский язык и культура речи • Стилистика и литературное редактирование • История мировой литературы
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: основные термины копирайтинга, PR-текстологии, рекламы. Знать особенности каждого PR-жанра. Знать композиционную структуру каждого жанра, его цели, задачи, методы использования. Знать правила оформления всех PR и рекламных текстов</p> <p>«Уметь»: самостоятельно составлять и редактировать рекламные и PR-тексты. Определять достоинства и недостатки конкретного текста.</p> <p>«Владеть»: знаниями по композиционной структуре, подбору лексики, оформлению и особенностям психологического восприятия различных текстов теории.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, составление текстов на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.2.Брендинг

(составитель аннотации –кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний базовых знаний в области создания устойчивого компании, организации, товара, или услуги
Содержание дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - Понятие бренда. Бренддинг как процесс формирования и управления брендом - Создание brand-book

	<p>- Особенности брендинга в различных сферах</p> <p>- Коммуникационная политика в брендинге: управление и продвижение бренда</p> <p>- Анализ практики формирования и управления брендом. Брендинг и ребрендинг в практике российских и зарубежных компаний</p>
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-7, ПК-20, ПК-21
Наименования дисциплин, необходимых освоения данной дисциплины	«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций»
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать: специфику работы рекламного и PR-отдела, ориентированных на формирование и управление устойчивым брендом товара, услуги, компании, организации; основные теории управленческого менеджмента; психологию межличностных отношений и мотивационного воздействия на сотрудников.</p> <p>Уметь: выявлять проблемные ситуации в процессе формирования бренда; составлять планы работы отделов по связям с общественностью, оценивать их эффективность; осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных; выявлять новые сферы деятельности рекламных и PR-агентств и разрабатывать стратегические планы их работы по формированию и управлению устойчивым брендом.</p> <p>Владеть: навыками и знаниями в сфере управления и организации работы рекламных и PR-отделов предприятий; навыками планирования рекламных и PR-кампаний, в том числе умение творчески совершенствовать известные управленческие приемы; компьютерными программами; методиками оценки эффективности межличностных отношений и мотивации сотрудников.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.3.Реклама и связи с общественностью в выставочной деятельности (составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний по широкому использованию и внедрению рекламных технологий и связей с общественностью при организации и продвижении выставочного проекта или конгресса
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • информационные и рекламные материалы при подготовке выставочного мероприятия и конгресса; • различные виды рекламы (полиграфическая продукция, теле- и радиореклама, наружная реклама, реклама на транспорте, Интернет-реклама и т.п.);

	<ul style="list-style-type: none"> • специфика работы с различными категориями потенциальных участников выставочно-конгрессных мероприятий; • стратегические партнеры по организации выставки или конгресса; • спонсорство и партнерство в выставочно-конгрессной деятельности; • применение Интернета в продвижении выставочных и конгрессных мероприятий, создание корпоративных и Промо-сайтов, создание виртуальных выставок; • основные направления PR в выставочно-конгрессной деятельности; <ul style="list-style-type: none"> • создание коммерческого имиджа и образа компании организатора выставочно-конгрессного мероприятия; • роль публичных рилейшнз в СМИ. Пресс-служба выставки и конгресса как механизм обеспечения PR в СМИ; • организация и проведение презентационной программы и специальных проектов (мастер-классы, конкурсы и т.д.); • формы государственной поддержки выставочно-конгрессного мероприятия; • общественная деятельность. Паблицити; • анализ эффективности PR-акций; • формирование и структура мероприятий деловой программы выставки или конгресса; • использование рекламных и аудиовизуальных средств при проведении конгрессов
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы выставочно-конгрессной деятельности • Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специфику использования и применения рекламных средств в выставочно-конгрессной деятельности связей • особенности PR-деятельности при организации выставок и конгрессов. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • эффективно применять рекламные средства при проведении выставок и конгрессов. • широко использовать PR-деятельность при проработке и организации выставочно-конгрессных мероприятий. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками и знаниями в организации и проведении рекламной кампании, методами и средствами PR-деятельности; • методиками организации деловых и презентационных программ
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint; • MicrosoftWord • Посещение выставочно-конгрессных мероприятий
Формы промежуточного контроля знаний	Деловые игры, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.3.В.4.Коммуникология: вопросы теории и практики

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование знаний, навыков и умений, необходимых современному специалисту по рекламе и связям с общественностью для эффективного осуществления профессиональной деятельности в соответствии с направлением подготовки
Содержание дисциплины	Основные блоки дисциплины: Общение как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности. Характеристики делового общения. Виды общения. Вербальные средства коммуникации. Коммуникативные барьеры. Слушание в деловой коммуникации. Вопросы и ответы в деловой коммуникации. Деловые игры. Невербальные средства в деловой коммуникации. Вербальные и невербальные сигналы, выдающие неискренность, обман. Репрезентативная система в деловой коммуникации. Психогометрические характеристики личности. Текущий контроль успеваемости Рольевые и манипулятивные классификации деловых партнеров. Публичное выступление. Самопрезентация.
Формируемые компетенции	ОК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-22, ПК-26
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	- Основы теории коммуникации - Социология массовых коммуникаций - Психология массовых коммуникаций
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: виды общения, характеристики делового общения, вербальные и невербальные средства коммуникации, коммуникативные барьеры, виды вопросов в деловой коммуникации, вербальные и невербальные сигналы, которые выдают неискренность, обман в деловой коммуникации, репрезентативную систему человека, психогометрические характеристики личности, типы посетителей коммерческих ярмарок, выставок, рольевые и манипулятивные классификации деловых партнеров, формы деловой коммуникации. Уметь: выступать публично, уметь слушать, задавать вопросы и отвечать на них, определять психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров. Владеть: коммуникативной компетентностью специалиста по рекламе и связям с общественностью, психолого-коммуникативным потенциалом для эффективного делового общения.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.5. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и

журналистике
(составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний об основных нормативных правовых актах, как системы национальных и международных юридических норм и принципов, применяемых для регулирования рекламной, журналистской и PR-деятельности.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • государство как основной субъект регулирования рекламы; • правовое регулирование различных видов рекламы (теле- и радиорекламы, наружной рекламы, рекламы на транспорте, социальной рекламы и т.п.); • защита несовершеннолетних в рекламе; • саморегулирование в сфере рекламной деятельности; • эволюция связей с общественностью и их правовой основы; • социальное регулирование PR; <ul style="list-style-type: none"> • международные кодексы в системе саморегулирования PR; • саморегулирование в системе PR России; • государственное регулирование массово-информационных отношений; • модели правового регулирования СМИ в зарубежных странах; • права и обязанности журналиста; • организации СМИ, журналисты как субъекты авторского права.
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, Пк-9, Пк-12, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специфику разработки основных нормативных правовых актов в области рекламы, связей с общественностью, журналистики; • особенности саморегулирования рекламной, журналистской и PR-деятельности. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • эффективно применять правовые знания в практике рекламы, связей с общественностью, журналистики; • использовать механизмы саморегулирования рекламной, журналистской и PR-деятельности. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками и знаниями в сфере правового регулирования рекламной, журналистской и PR-деятельности; • методиками саморегулирования рекламной, журналистской и PR-деятельности.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint; • Microsoft Word.
Формы промежуточного контроля знаний	Контрольная работа, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.6. Мастер- класс «Реклама и Связи с общественностью в креативных коммуникационных проектах»

(составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области создания креативных и коммуникационных проектов с использованием методов и инструментов Рекламы и Паблик рилейшенз (PR) .
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Реклама и PR как составляющие маркетинговой коммуникации. Комплекс маркетинговой коммуникации : элементы, формы и содержание; • средства распространения рекламы и PR; новые технологии ; • современные рекламные стратегии • понятие рекламной кампании • Креатив и система основных понятий, связанных с ним; его сущностные характеристики ; • материальные носители креатива ; креативные средства и креативные инструменты; • объективные и субъективные факторы, влияющие на качество и количество креатива на определенном рынке товаров и услуг; • нормативно-правовая база и законодательные ограничители креатива; • креатив-консалтинг; • творческие идеи и креативные проекты; • креативная идея и ее материальные формы: креативные элементы, приемы и сюжеты; • технология разработки и реализации креативного коммуникационнго проекта; • эффективность креативных коммуникационных проектов; • фестивали и творческие конкурсы в области креатива ; • креативные рекламные агентства : мировой и российский опыт ; • тенденции развития рынка коммуникационных и креативных услуг.
Формируемые компетенции	ОК-1;ОК-6;; ПК-3; ПК-6, ПК-9; ПК-12; ПК-23, ПК-27
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы рекламы • Связи с общественностью • Слоган и текст в рекламе • Массовые коммуникации и медиапланирование • Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью • Дизайн рекламного обращения • Маркетинг • Искусство илитература • Русский язык и культура и речи
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные тенденции развития средств распространения рекламы и PR • современные рекламные стратегии и алгоритм подготовки и проведения рекламной кампании • основные креативные теории; • креатив, его характеристики и связанные с ним основные понятия;

	<p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> подготовить и провести эффективную рекламную кампанию с использованием современных креативных методов и инструментов. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> знаниями и навыками в области современных креативных рекламных и PR технологий; знаниями и навыками их успешного применения в осуществлении креативных и коммуникационных проектов
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> Power Point; Microsoft Word; MS Excel.
Формы промежуточного контроля знаний	творческая игра: «Подготовка и осуществление рекламной кампании продукта (услуги) с использованием креативных технологий и инструментов»
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.7.Константы Гудвилла

(составитель аннотации –кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области управления основными нематериальными активами компании
Содержание дисциплины	<p>Константы Гудвилла: определение, содержание, оценка эффективности;</p> <p>Константы Гудвилла: имидж;</p> <p>Константы Гудвилла: бренд;</p> <p>Константы Гудвилла: репутация;</p> <p>Константы Гудвилла: паблисити</p>
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-11, ПК-3, ПК-7
Наименования дисциплин, необходимых освоения дисциплины	<p>для данной дисциплины</p> <p>«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Брендинг»</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать: понятие нематериальных активов компании, входящих в систему Гудвилла; определение и содержание каждого элемента Гудвилла: имидж, бренд, репутация, паблисити; инструменты формирования и поддержания каждого из элементов Гудвилла.</p> <p>Уметь: выявлять проблемные ситуации в организации работы по формированию и управлению константами Гудвилаа; составлять планы работы по управлению константами Гудвилла; оценивать эффективность работ по управлению константами Гудвилла; выявлять новые направления деятельности рекламных и PR-агентств и отделов по формированию и управлению константами Гудвилла.</p> <p>Владеть: навыками и знаниями в сфере управления и организации работы рекламных и PR-отделов предприятий; навыками планирования рекламных и PR-кампаний, направленных на формирование и поддержание соответствующего имиджа, устойчивого бренда, положительной репутации и паблисити компании.</p>
Используемые	MS Office

инструментальные и программные средства	
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.8. Технологии рекламы и связей с общественностью
(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых компетенций в области задач, предъявляемых рынком к деятельности в области рекламы и связей с общественностью
Содержание дисциплины	- Теория и история рекламы и связей с общественностью - Технологии создания текстов в рекламе и связях с общественностью - Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью - ATL- и VTL-технологии в рекламе и связях с общественностью - Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-6, ПК-1, ПК-3, ПК-23, ПК-26
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации»
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: теоретические аспекты рекламных технологий и технологий связей с общественностью; основные теории управленческого менеджмента; психологию межличностных и массовых коммуникаций. Уметь: составлять планы и программы рекламных и PR-кампаний; осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных; выявлять новые сферы использования рекламных и PR-технологий и проводить оценку их эффективности. Владеть: навыками и знаниями в сфере управления и организации работы рекламных и PR-групп; навыками планирования рекламных и PR-кампаний, в том числе умение творчески совершенствовать известные управленческие приемы; компьютерными программами; методиками оценки эффективности рекламных и PR-кампаний.
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады. Курсовая работа
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.9. Имиджелогия
(составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области теории и практики формирования и управления имиджем
---------------------------------	---

Содержание дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - Предмет и задачи Имиджологии как науки - Инструментарий имиджологии - Имидж как историко-культурный компонент - Составляющие элементы имиджа - Специфика построения персонального имиджа - Специфика построения корпоративного имиджа - Специфика построения имиджа в различных профессиональных сферах (экономической, политической, шоу-бизнеса)
Формируемые компетенции	ОК-7, ПК-3, ПК-19,
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций»
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать: специфику работы по формированию имиджа, функциональные схемы построения отделов, работающих в направлении формирования и управления имиджем; основные теории управленческого и коммуникационного менеджмента; психологические, социальные, лингвистические и иные приемы формирования имиджа.</p> <p>Уметь: выявлять проблемные ситуации в организации работы по формированию и управлению имиджем; составлять планы работы по управлению имиджем, оценивать ее эффективность; выявлять новые сферы деятельности, технологии, методы, формы и инструменты имиджмейкинга.</p> <p>Владеть: навыками и знаниями в сфере управления и организации работы по формированию и управлению имиджем; навыками планирования рекламных и PR-кампаний, направленных на формирование и управление имиджем; компьютерными программами; методиками оценки эффективности выполненных работ.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.10.Медиарилейшнз

(составитель аннотации — кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области построения взаимоотношений организации со средствами массовой информации.
Содержание дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Общие принципы построения медиа рилейшнз 2. Дифференциация СМИ, возможности и перспективы работы с ними в современный период <ul style="list-style-type: none"> - Телевидение - Радио - Печатная пресса 3. Производство и смысловое позиционирование новостей для средств массовой информации <ul style="list-style-type: none"> - Управление средствами массовой информации

	<ul style="list-style-type: none"> - Новостное производство - Управление информационным потоком - Приемы создания и усиления новостей - Основной и дополнительный «вес» новости <p>4. Особенности PR-текстов и общие требования к их подготовке</p> <ul style="list-style-type: none"> - PR-тексты и журналистские материалы - PR-тексты и реклама - Некоторые правила подготовки PR-текстов <p>5. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий и публикации в СМИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тексты для распространения в СМИ - Медиатексты - материалы для непосредственной публикации в СМИ <p>6. Мероприятия для прессы</p> <ul style="list-style-type: none"> - Пресс-конференция - Брифинг - Пресс-тур - Конференция - «Круглый стол» - Презентация - Клубный вечер
Формируемые компетенции	ОК-11, ПК-1, ПК-12.
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций»
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать: содержание учебной дисциплины и специфику работы пиар-специалиста с журналистами и редакциями СМИ, а также с другими средствами массовой коммуникации.</p> <p>Уметь: строить отношения с представителями СМК, создавать информационные поводы, распространять информацию через СМК, организовывать и проводить мероприятия для представителей СМИ, готовить интервью для СМК с сотрудниками базисного субъекта пиар, готовить публикации от имени базисного субъекта пиар, распространять материалы для прессы, использовать лидеров мнения для распространения важной информации.</p> <p>Владеть: Знаниями и умениями, необходимыми для правильного взаимодействия с представителями СМИ.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	зачет

Б.3.В.11.Интернет-реклама

(составитель аннотации - кафедра рекламы)

<p>Цель изучения дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> • формирование у студентов системного представления об основных тенденциях развития интернет-технологий в бизнес-деятельности и в сфере государственного и муниципального управления; • Представления об эффективном использовании Интернета в комплексе с другими медиа: телевидением, наружной рекламой, прессой, радио и BTL, • Использование интернет-технологий в качестве средства продвижения компании и ее товаров.
<p>Содержание дисциплины</p>	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы современной Интернет -экономики. -интернет-реклама в бизнес-деятельности и в сфере государственного и муниципального управления; - техники и технологии интерактивных маркетинговых и социальных коммуникаций. - бизнес-планирование и разработка PR- и рекламной кампании в Интернете - PR и реклама в социальных сетях (social media) -Интернет-сайт как объект интеллектуальных прав и средство коммуникации
<p>Формируемые компетенции</p>	<p>ОК-1; ОК-6; ОК-8; ОК-9; ОК-11; ОК-12; ОК-17; ОК-13; ПК-8; ПК-10; ПК-12; ПК-14; ПК-23;</p>
<p>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</p>	<p>Информационные технологии и в рекламе Креативный менеджмент Технологии творчества и креатива</p>
<p>Знания, умения, навыки, получаемые в результате изучения дисциплины</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Современные концепции интернет-рекламы ; • Основы технологии интерактивных коммуникаций. <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Формулировать цели, задачи организации PR- и рекламной кампании в Интернете • Проектирование и создание учебного интернет-сайта <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Системным представлением об организационной и экономической составляющей интернет-рекламы • механизмами воздействия на искомую аудиторию, принципами построения и продвижения сайтов, создания имиджа и бренда в сетях Интернет. • навыками анализа медийных показателей, а также тактической навигации и размещения рекламы в сетях Интернет.
<p>Используемые инструментальные и программные средства</p>	<p>MS Project; MindManager; Microsoft Visual Studio; Поисковые системы Яндекс, Google, Mail.ru, Bing</p>
<p>Формы промежуточного контроля знаний</p>	<p>Интерактивное тестирование, проверка интернет-проекта</p>
<p>Форма итогового контроля знания</p>	<p>Зачет –защита интернет-проекта</p>

Б.3.В.12. Медиаисследования и медиаизмерения
(составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	<p>Формирование базовых знаний в области задач, предъявляемых рынком к современным специалистам в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Изучение методологических подходов, используемых исследовательскими компаниями в области социологии медиа, получение знаний в области теории организации социологической исследовательской работы, методов организации выборочных исследований в области массовых коммуникаций и специфики сбора и использования этих данных в работе рекламных агентств и отделов по связям с общественностью.</p>
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Медиаисследования как специальная отрасль социологических исследований • История медиаисследований в России • Основные задачи медиаисследований, классификация медиаисследований. Выборочное исследование • Медиаизмерения в различных средствах массовой коммуникации. Региональные медиаизмерения.
Формируемые компетенции	ОК-8, ОК-9, ОК-10, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-31, ПК-31, ПК-32, ПК-33
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • Введение в медиабизнес
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: специфику и классификацию социологических медиаисследований, основные виды исследований, правила построения выборок, основные характеристики медиаизмерений – репрезентативность и достоверность, специфику прикладных медиаисследований для различных медиа.</p> <p>«Уметь»: составлять анкеты для проведения медиаизмерений, использовать технические средства для проведения медиаизмерений, определять необходимый объем выборки с учетом заданной ошибки выборки, использовать данные медиаизмерений в работе рекламных агентств и отделов по связи с общественностью</p> <p>«Владеть»: навыками и знаниями в организации и проведении медиарекламных исследований; навыками применения полученных знаний в планировании рекламных кампаний, иметь представление о специализированных компьютерных программах по обработке данных медиаизмерений</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.13. Право интеллектуальной собственности*(составитель аннотации – кафедра гражданско-правовых дисциплин)*

Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов комплекс знаний об объектах охраны интеллектуальной собственности, о регулировании правоотношений по данной сфере.
Содержание дисциплины	Система источников (законодательства) авторского и патентного права; объекты и субъекты авторского права; право авторов произведений в области науки, литературы и искусства; договоры на передачу авторских прав; авторский и лицензионный договоры; охрана авторских и смежных прав; ответственность за нарушение авторских и смежных прав; охрана произведений российских авторов за рубежом; патентное право; объекты и субъекты патентного права; порядок оформления патентных прав; охранные документы (патенты и свидетельства); охрана прав патентообладателя; передача прав патентообладателем другому лицу; лицензионный договор (лицензия); права и обязанности патентообладателя и других субъектов патентного права; правовая охрана средств индивидуализации участников гражданского оборота и производимой ими продукции (работ, услуг); международные соглашения в области охраны прав на интеллектуальную собственность.
Формируемые компетенции	ОК-1,2,3,4,10,12 ПК-1,11
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none">- Основы теории коммуникации- Основы интегрированных коммуникаций
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	«Знать»: <ul style="list-style-type: none">- действующие нормативно-правовые акты по правовой охране интеллектуальной собственности в России и международные соглашения России в этой области; «Уметь»: <ul style="list-style-type: none">- использовать знания о правах граждан на интеллектуальную собственность в судебной практике;- применять соответствующие нормативно-правовые акты в последующей работе по специальности. «Иметь»: <ul style="list-style-type: none">- навыки по решению вопросов, связанных с основными направлениями и проблемами развития права интеллектуальной собственности, некоторыми положениями зарубежного законодательства.
Используемые инструментальные и программные средства	Компьютер, информационно-поисковые системы, информационно-правовые системы.
Формы промежуточного контроля знаний	Семинарские занятия, решение задач, тестирование, защита рефератов.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.В.14.Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью
(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых компетенций в области задач, обуславливающих деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью
Содержание дисциплины	- Роль института рекламы и связей с общественностью в современном обществе - Общая характеристика функций и обязанностей современного специалиста в области рекламы и связей с общественностью - Приемы, методы и технологии современной рекламы и связей с общественностью - Этика и профессиональные стандарты в рекламе и связях с общественностью - Тенденции развития рекламы и связей с общественностью
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-6, ПК-1, ПК-3, ПК-23, ПК-27
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации»
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: современные тенденции развития рекламы и связей с общественностью; технологии рекламы и связей с общественностью; профессиональные стандарты и этические нормы деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь: определять эффективные технологии рекламы и связей с общественностью; использовать профессиональные знания, умения и навыки в профессиональной деятельности. Владеть: навыками и знаниями в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками работы с компьютерными программами.
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Аннотации дисциплин по выбору обучающихся вариативной части учебного цикла Б.3

Б.3.ДВ.1. Введение в медиабизнес

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых теоретических и практических знаний в области задач, предъявляемых рынком к современным специалистам в области рекламы и связей с общественностью. Формирование систематизированного представления о структуре медиарекламного рынка России, функциях и задачах отдельных элементов этого рынка, навыков использования этих знаний в работе
---------------------------------	---

	рекламных агентств и отделов по связям с общественностью.
Содержание дисциплины	Основные блоки дисциплины: <ul style="list-style-type: none"> • эволюция рекламы; • социально-правовые аспекты рекламной деятельности; • комплекс маркетинга и рекламы; • поведение потребителя и сегментирование рынка; • исследование сбыта и рекламы: роль в планировании; • творчество в составлении рекламных текстов.
Формируемые компетенции	ОК- 8; ОК-9; ОК-11; ПК-1; ПК-2; ПК-12; ПК-14
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций» и др.
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: специфику и основные структурные элементы российского медиарекламного рынка, их цели, задачи и функции, принципы взаимодействия.</p> <p>«Уметь»: использовать полученные знания при работе рекламных агентств и отделов по связи с общественностью</p> <p>«Владеть»: навыками и знаниями в организации и проведении рекламно-информационных мероприятий, организации взаимодействия между структурными элементами медиарекламного рынка</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • Power Point; • Microsoft Word; • MS Excel.
Формы промежуточного контроля знаний	Контрольная работа, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.3.ДВ.1.2.Мастер-класс «Консалтинг в рекламе и СО»*
(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	<p>Формирование системного представления о консалтинге как инструменте и технологии управления информацией в системах массовой коммуникации.</p> <p>Цель предлагаемого курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • -показать место консалтинга в системе рекламы и связей с общественностью; - раскрыть специфику предмета и его понятийный аппарат; • - подчеркнуть универсальный, интегративный и полифункциональный характер консалтинга в рекламе и связях с общественностью, особо выделив его исследовательскую, диагностическую, прогностическую, коммуникативную и социально-преобразующую функции;
Содержание	Основные блоки дисциплины:

дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности • Место консалтинга в системе рекламы и связей с общественностью • Исследовательская работа и планирование программ консалтинга в рекламе и связях с общественностью • Модели и виды консалтинга в рекламе и связях с общественностью. • Стратегия и тактика профессионального консультирования в рекламе и связях с общественностью • Технология консультирования • Имидж-консультирование: основные направления и техники • Политический консалтинг и политические технологии
Формируемые компетенции	ОК-1,2, ПК-5,ПК-6, ПК-28.ПК-33
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • Проектирование в рекламе и связях с общественностью • Социология массовых коммуникаций • Психология массовых коммуникаций • Технологии рекламы и связей с общественностью • Брендинг
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: знать целевое назначение и сферы применения основных консалтинговых технологий, принципы планирования и организации, стратегию и тактику консультационной работы в рекламе и связях с общественностью</p> <p>«Уметь»: уметь применять методы консалтинга, осуществлять маркетинг консультационных услуг, планировать этапы консультационной работы с клиентами, управлять процессом выполнения задания на консультационную работу, использовать данные навыки в работе рекламных агентств и отделов по связям с общественностью.</p> <p>«Владеть»: эффективными техниками и технологиями профессионального консультирования; роста нематериальных активов клиентов, создавая (воссоздавая) новые привлекательные образы их компаний и сохраняя (в условиях достаточно жесткой современной конкуренции) их репутацию и лицо для общественности.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачёт

Б.3.ДВ.2.1.Брендинг территорий

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области создания устойчивого территориального бренда
Содержание	Тема 1. История возникновения брендинга территорий

дисциплины	Тема 2. Функции территориального брендинга. Задачи брендинга территорий Тема 3. Элементы и инструменты территориального брендинга Тема 4. Успешный опыт территориального брендинга. Территории, которые превратились в бренды Тема 5. Российский и зарубежный опыт территориального брендинга
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-7, ПК-20, ПК-21
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Брендинг»
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: специфику работы рекламного и PR-отдела, ориентированных на формирование и управление территориальным брендом; основные теории управленческого менеджмента; психологию межличностных отношений и мотивационного воздействия на сотрудников. Уметь: выявлять проблемные ситуации в процессе формирования территориального бренда; составлять планы работы отделов по связям с общественностью, оценивать их эффективность; осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных; выявлять новые сферы деятельности рекламных и PR-агентств и разрабатывать стратегические планы их работы по формированию и управлению территориальным брендом. Владеть: навыками и знаниями в сфере управления и организации работы рекламных и PR-отделов предприятий; навыками планирования рекламных и PR-кампаний, в том числе умение творчески совершенствовать известные управленческие приемы; компьютерными программами; методиками оценки эффективности межличностных отношений и мотивации сотрудников.
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.ДВ.2.2. Мастер класс «Маркетинг и продюсирование арт-шоу и театрализованных представлений»
(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых теоретических и практических знаний в области маркетинга и продюсирования арт-шоу-проектов разного уровня и сложности.
Содержание дисциплины	Основные блоки дисциплины: <ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг и менеджмент в продюсерской деятельности • Функции продюсера в ролевой структуре современного арт-шоу-бизнеса • Стили управления арт-шоу-проектом • Креатив-технологии в творчестве продюсера • Технологии клипмейкерства • Основные индикаторы арт-рынка

	<ul style="list-style-type: none"> • Медиапланирование в продюсерской деятельности • Промоушн и постпромоушн арт-шоу-проекта •
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-7, ПК-20, ПК-21
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • История искусств • Введение в медиабизнес
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: специфику и базовые принципы исследования арт-рынка, разработки и реализации арт-шоу-проектов для различных аудиторий..</p> <p>«Уметь»: управлять арт-шоу-проектом, продвигать проект в средствах массовой информации, используя весь спектр современной рекламы и PR</p> <p>«Владеть»: навыками и знаниями в организации и проведении маркетинговых исследований; применения полученных знаний в планировании, постановке и продюсировании арт-шоу-проекта.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Письменный экзамен

Б.3.ДВ.3.1. Организация работы пресс-службы

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование профессиональных компетенций, базовых теоретических и практических знаний, умений и навыков в области функционирования современных пресс-служб; определение структуры, содержания деятельности пресс-служб государственных, общественных и коммерческих структур; умение выполнять функции пресс-секретаря, организация встреч с журналистами и общественностью
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Информационная политика органов государственной власти и управления • Основные направления работы государственных пресс-служб • Структура и принципы организации пресс-службы • Формы и методы работы пресс-службы • Практический опыт функционирования пресс-служб центральных и региональных органов государственной власти, коммерческих компаний и общественных организаций
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-6, ПК-3, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной	«Теория и практика массовой информации», «Социология массовой коммуникации», «Основы теории коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций»

дисциплины	
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>Знать: специфику работы пресс-службы, функциональные схемы построения пресс-служб; функции, методы и технологии работы пресс-служб.</p> <p>Уметь: выявлять проблемные ситуации в организации работы пресс-служб; составлять планы работы пресс-службы, оценивать их эффективность; осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных; выявлять новые сферы деятельности пресс-служб и разрабатывать стратегические планы их работы.</p> <p>Владеть: навыками и знаниями в сфере управления и организации работы пресс-службы; навыками планирования проведения мероприятий с участием пресс-служб; компьютерными программами; методиками оценки эффективности работы пресс-службы.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	MS Office
Формы промежуточного контроля знаний	Тестирование, деловые игры, презентации, доклады
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.ДВ.3.История художественной культуры и арт-коммуникаций
(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	<p>Цель предлагаемого курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - очертить предметное поле дисциплины и ее место в системе профессионального знания; - представить ее основные понятия; - сформулировать основные концептуальные подходы к анализу истории художественной культуры и арт-коммуникаций; - раскрыть коммуникативную природу искусства и специфичность форм, видовое многообразие и историческую типологию арт-коммуникаций; - показать динамику художественного процесса и логику развития коммуникативных возможностей современного искусства; - рассмотреть методы включения арт-коммуникаций в интегрированные техники современных PR- акций.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Концептуальные подходы к исследованию истории художественной культуры и арт-коммуникаций. . Знак и знаковые системы художественной коммуникации. Специфика арт-коммуникации. . Системность искусства и видовое многообразие арт-коммуникаций. Историческая тенденция взаимодействия и синтеза искусств. Исторические этапы протекания художественного процесса и развитие арт-коммуникаций. Художественная эпоха и ее коммуникационный потенциал. Художественные направления и коммуникационная специфика искусства XX века.

	Тенденции развития художественной культуры и современных арт-коммуникаций.
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-6, ПК-3, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Философия • Культурология • Отечественная история • Основы теории коммуникации • История искусств
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: концептуальные подходы к исследованию истории художественной культуры и арт-коммуникаций, закономерности развития искусства, основы художественного языка, периодизацию и представление об основных эпохах развития мирового искусства,</p> <p>«Уметь»: различать произведения искусства по виду, жанру и стилю, определять время и место (принадлежность к национальной, региональной школе) их создания, раскрывать коммуникационный потенциал известных художественных эпох: мифологического реализма Античности, символизма Средневековья, реализма эпохи Возрождения, анализировать модели арт-коммуникации, механизмы арт-коммуникации. эффективность арт-коммуникации, псевдокоммуникации, квазикоммуникации.</p> <p>«Владеть»: лексикой, понятийно-категориальным аппаратом в области искусства, методикой научно-исследовательской работы в области истории искусства, методами и навыками критического осмысления явлений искусства и арт-коммуникаций.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	экзамен

Б.3.ДВ.4.1.Массовые коммуникации и медиапланирование (составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых теоретических и практических знаний в области задач, предъявляемых рынком к современным специалистам в области рекламы и связей с общественностью. Формирование систематизированного представления о медиапланировании как технологии управления информацией в системах массовой коммуникации, основных принципах, подходах и технологиях планирования рекламно-информационных кампаний с учетом специфики российского медиапространства. Формирование навыков использования этих знаний в работе рекламных агентств и отделов по связям с общественностью.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Массовая коммуникация и российское медиапространство • Многоуровневость российского медиапространства

	<ul style="list-style-type: none"> • Медиапространство как социокультурная среда • Принципы эффективного управления российским медиапространством • Средства массовой информации и носители рекламы • Предварительное планирование рекламных кампаний • Основные понятия в медиапланировании и медиаиндикаторы рекламного рынка • Медиапланирование информационно-рекламных кампаний • Моделирование уровня известности рекламных кампаний • Закупка рекламного пространства и контроль прохождения рекламной кампании
Формируемые компетенции	ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12, ПК-8, ПК-12, ПК-14, ПК-19, ПК-24, ПК-33
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • Введение в медиабизнес
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: специфику и классификацию социологических медиаисследований, основные виды исследований, правила построения выборок, основные характеристики медиаизмерений – репрезентативность и достоверность, специфику прикладных медиаисследований для различных медиа.</p> <p>«Уметь»: составлять анкеты для проведения медиаизмерений, использовать технические средства для проведения медиаизмерений, определять необходимый объем выборки с учетом заданной ошибки выборки, использовать данные медиаизмерений в работе рекламных агентств и отделов по связи с общественностью.</p> <p>«Владеть»: навыками и знаниями в организации и проведении медиарекламных исследований; навыками применения полученных знаний в планировании рекламных кампаний, иметь представление о специализированных компьютерных программах по обработке данных медиаизмерений.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.3.ДВ.4.2. Коммуникационный консалтинг*

(составитель аннотации – кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Научить студентов проводить диагностику социальной напряженности в обществе и различных социально-политических структурах и органах власти для использования полученных данных в консультационном процессе, обучить их методике создания и поддержания имиджа государственного деятеля и политического лидера, формирования умений принимать управленческие решения, планирования деятельности в области связей с общественностью,
---------------------------------	--

	поддержание связей и отношений с институтами гражданского общества. Привить умения и навыки организации консультативной работы в сфере управления коммуникациями
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <p>Развитие коммуникационного консалтинга за рубежом и России.</p> <p>Цели, задачи, определение предметной области и потенциала коммуникационного консалтинга.</p> <p>Процесс и процедуры коммуникационного консультирования.</p> <p>Консалтинг корпоративных коммуникаций</p> <p>Коммуникационный консалтинг в политико-административной сфере</p> <p>Коммуникационный консалтинг в "общественном секторе"</p> <p>Консалтинг в сфере межкультурных коммуникаций и корпоративной культуре</p> <p>Менеджмент коммуникационного консалтинга</p> <p>Организация выполнения консультационных услуг</p> <p>Коммуникационные стратегии защиты и безопасности</p> <p>Управление персоналом консультантов - специалистов в СО</p> <p>Прикладной коммуникационный инструментарий</p>
Формируемые компетенции	ОК-6; ОК-8; ОК-9; ПК-3; ПК-22; ПК-26; ПК-27;
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • «Коммуникология» • «Основы теории коммуникации» • Социология массовой коммуникации • «Психология массовых коммуникаций» • «Массовые коммуникации и медиапланирование» • Консалтинг в рекламе и связях с общественностью • Креативный менеджмент
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность консультационных процессов, эволюции взглядов на консультирование; - место и роль коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг модели консалтинга; - теоретические, методологические, методические и прикладные аспекты коммуникационного консалтинга в их единстве; - междисциплинарный характер этой дисциплины, современную проблематику и технологию решения задач в сфере коммуникационной деятельности; - истории становления и развития коммуникационного консалтинга в Западной Европе, США и России; - место и функции коммуникационного консалтинга в структуре современного научного знания и практической деятельности; - методы организации и проведения консалтинговых исследований и разработок, а также самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить сравнительный анализ моделей коммуникационного консалтинга, определять место коммуникационного консалтинга в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса; - системно применять консультационные теории в целях их

	<p>применения в обеспечении;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать полученные знания в практической деятельности, приобрести навыки участия в реальной консультативной деятельности и умение, практически применять их в коммуникационном процессе; - классифицировать этапы и характеристики консалтингового исследования, его организация и проведение; - использовать методы способы разрешения коммуникационных ситуаций с клиентскими организациями. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями, необходимыми современным специалистам по коммуникационному консалтингу; - технологиями и процедурами построения коммуникационных задач в современных организациях; - методикой осуществления коммуникационного консалтинга и оказания консультационных услуг; - методами и приёмами научного консультирования, убеждающего психологического воздействия на людей в процессе взаимодействия, творческого применения технологий консалтинга для решения практических и теоретических задач в управлении социальными системами.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • видеоматериалы, модели имиджевых структур; • электронное хранилище научно-образовательных ресурсов с возможностями удаленного доступа на базе современного телекоммуникационного комплекса; • базы данных электронных публикаций, электронных периодических изданий научного и учебно-методического направления; • медиа-студия для проведения телеконференций; • электронный библиотечный фонд. • MicrosoftWord, MicrosoftExcel, SPSS, Forecast, доступ к Internet
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование. Представление исследовательских проектов
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.3.ДВ.5.1.Коммуникационный менеджмент

(составитель аннотации –кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	Формирование базовых знаний в области управления коммуникациями различного уровня (в государственных организациях, негосударственных структурах, на уровне личности).
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • концептуальные основы коммуникационного менеджмента; • управление информационными ресурсами и структура коммуникационной среды; • коммуникационный менеджмент и социодинамика культуры; • коммуникационный менеджмент и бизнес-коммуникации; • коммуникационный менеджмент в системе внешних связей государственной власти и органов управления; • коммуникационный менеджмент и структура коммуникационного взаимодействия в негосударственном и информационном секторах; • коммуникационный менеджмент в социальной сфере. Социальные

	<p>коммуникации, доверительные коммуникации и коммуникационные риски;</p> <ul style="list-style-type: none"> • коммуникационный менеджмент и репутационные коммуникации; • стандартные модели коммуникационных функций менеджмента организации; • коммуникационный менеджмент и информационное общество; • коммуникационный менеджмент и коммуникационные технологии в арт-бизнесе; • коммуникационный менеджмент и технология разработки и реализации арт-проекта.
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы менеджмента • Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специфику управления коммуникациями различного уровня (в государственных организациях, негосударственных структурах, на уровне личности); • основные теории управленческого менеджмента; • психологию межличностных отношений и мотивационного воздействия на сотрудников. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • эффективно управлять коммуникационными системами (организацией, проектом, брендом, личностью и т.д.); • проводить консалтинговые исследования в сфере управления коммуникациями; • разрабатывать управленческие решения в конкретной предметной области. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками и знаниями в сфере управления коммуникациями; • навыками и знаниями в области разработки технологий, методологий и методик проведения консалтинговых исследований.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • Power Point; • Microsoft Word; • MS Excel.
Формы промежуточного контроля знаний	Контрольная работа, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.ДВ.5.2.Медиакультура в современном информационном обществе*
(составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Цель курса – показать, как общие теории постсовременности и концепции медиакультуры могут быть применены для понимания и анализа форм актуальной культуры, для рефлексии о собственном опыте, связанном с потреблением и производством медиатекстов.
---------------------------------	--

Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Феномен медиакультуры <ul style="list-style-type: none"> • Медиа в информационном обществе • Изучение эффектов коммуникации • Критика медиатекстов <ul style="list-style-type: none"> • «Реальность» в современной медиакультуре • Социальность и медиа: сетевое общество; границы приватной сферы • Визуализация культуры. Телевидение. Конструирование реальности на телеэкране. Сериалы и ток-шоу <ul style="list-style-type: none"> • Кино в современной культуре • Глянцевые журналы. Образы социокультурных групп • Радио: новости и музыка
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • История мировой художественной культуры(история искусств) • Проектирование в рекламе и связях с общественностью • Консалтинг в рекламе и связях с общественностью • Креативный менеджмент
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: специфику и основные принципы функционирования медиакультуры, понимать культурные феномены, процессы и практики информационного общества, методологию их изучения, современных критические теории медиа, проблематизировать повседневное обращение с «электронными посредниками» - СМИ и средствами персональной коммуникации.</p> <p>«Уметь»: видеть в современных явлениях медиакультуры возможности для эффективного PR-взаимодействия; использовать знания в области медиакультуры в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>«Владеть»: навыками и знаниями практического включения оригинальных приемов медиакультуры в интегрированные коммуникации.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы промежуточного контроля знаний	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях, защита домашних заданий, тестирование. Представление исследовательских проектов
Форма итогового контроля знаний	Письменный экзамен

Б.3.ДВ.6.1.Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
(составитель аннотации –кафедра связей с общественностью)

Цель изучения дисциплины	. Формирование системного представления о консалтинге как инструменте и технологии управления информацией в системах массовой коммуникации.
---------------------------------	---

	<p>Цель предлагаемого курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> • -показать место консалтинга в системе рекламы и связей с общественностью; - раскрыть специфику предмета и его понятийный аппарат; • - подчеркнуть универсальный, интегративный и полифункциональный характер консалтинга в рекламе и связях с общественностью, особо выделив его исследовательскую, диагностическую, прогностическую, коммуникативную и социально-преобразующую функции;
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности • Место консалтинга в системе рекламы и связей с общественностью • Исследовательская работа и планирование программ консалтинга в рекламе и связях с общественностью • Модели и виды консалтинга в рекламе и связях с общественностью. • Стратегия и тактика профессионального консультирования в рекламе и связях с общественностью • Технология консультирования • Имидж-консультирование: основные направления и техники • Политический консалтинг и политические технологии
Формируемые компетенции	ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12, ПК-8, ПК-12, ПК-14, ПК-19, ПК-24, ПК-33
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций • Проектирование в рекламе и связях с общественностью • Социология массовых коммуникаций • Психология массовых коммуникаций • Технологии рекламы и связей с общественностью • Брендинг
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: знать целевое назначение и сферы применения основных консалтинговых технологий, принципы планирования и организации, стратегию и тактику консультационной работы в рекламе и связях с общественностью</p> <p>«Уметь»: уметь применять методы консалтинга, осуществлять маркетинг консультационных услуг, планировать этапы консультационной работы с клиентами, управлять процессом выполнения задания на консультационную работу, использовать данные навыки в работе рекламных агентств и отделов по связям с общественностью.</p> <p>«Владеть»: эффективными техниками и технологиями профессионального консультирования; роста нематериальных активов клиентов, создавая (воссоздавая) новые привлекательные образы их компаний и сохраняя (в условиях достаточно жесткой современной конкуренции) их репутацию и лицо для общественности.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях,

промежуточного контроля знаний	защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачёт

Б.3.ДВ.6.2.Современные зарубежные СМИ*

(составитель аннотации – кафедра журналистики)

Цель изучения дисциплины	Цель преподавания дисциплины - формирование знания о глобальном медийном пространстве, мировом опыте участия СМИ в рекламе и связях с общественностью.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • экономические, социально-политические и культурологические предпосылки формирования информационных комплексов ведущих стран; • организация, содержание деятельности, особенности функционирования наиболее влиятельных органов информации, представленных мировыми информационными брендами; • современные информационные технологии в мире; • правовые и этические нормы зарубежной журналистики, ее роль в формировании общественного мнения, развитии демократии; • зарубежные медиаструктуры на российском информационном рынке.
Формируемые компетенции	ОК-8, ОК-9, ОК-10, ОК-12, ПК-8, ПК-12, ПК-14, ПК-19, ПК-24, ПК-33
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Теория и практика массовой информации • Социология массовых коммуникаций • Система СМИ • Иностранный язык
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные концепции и организационные принципы зарубежной, в частности, западной журналистики; • современные медиасистемы США, некоторых западноевропейских и ряда других стран; • особенности организации и функционирования общественных радио и телевидения; • методы влияния зарубежных СМИ на формирование общественного мнения, контроля за деятельностью властных структур, борьбы против ограничения демократии; • признаки и характер информационной агрессии, участие СМИ в осуществлении современных информационных войн. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • находить необходимую для своей профессиональной деятельности информацию в иностранных источниках; • опираться на полученные знания для налаживания рабочих контактов с редакциями российских версий зарубежных печатных периодических изданий; • общаться с представителями зарубежных информационных каналов в ходе пресс-конференций, брифингов и других мероприятий. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками анализа и оценки сообщений мировых средств массовой информации;

	<ul style="list-style-type: none"> • приемами общения с представителями зарубежных СМИ; • технологией подготовки встреч с иностранными журналистами, организации для них материалов и интервью с руководителями политических, коммерческих и других структур в соответствии со стандартами западной журналистики.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полный цикл мультимедийных презентаций по теоретическому разделу дисциплины. 2. Материалы электронной библиотеки, находящиеся в свободном доступе. 3. Образцы зарубежных печатных периодических изданий.
Формы промежуточного контроля знаний	Семинарские занятия, выполнение упражнений на практических занятиях, проверка домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.3.ДВ.7.1.Пакеты прикладных программ

(составитель аннотации – кафедра информационных систем в экономике и менеджменте)

Цель изучения дисциплины	Имеет целью дать студентам теоретические знания и практическое освоение работы в прикладных программах, разработанных для участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью государственных и частных организаций.
Содержание дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационные системы и информационные технологии в рекламной деятельности; 2. Разделы и виды компьютерной графики. Растровая графика. Разрешение изображения и его размер. Векторная графика, графические примитивы. Форматы файлов для векторной графики. Цветовое разрешение. Графический редактор Photoshop. 3. Графический редактор Corel DRAW: работа с файлами, элементы окна, назначение кнопок панели инструментов, сетка, направляющие, режимы работы, основы работы с объектами. Создание рисунков из кривых: элементы кривых, виды узлов, их особенности, операции с узлами, работа с формой объекта. Возможности для работы с абрисом. Работа с цветом: формирование собственных цветов, создание заливки из нескольких цветовых переходов, виды заливок. Методы упорядочивания и объединения объектов (слои, выравнивание, группировка, комбинирование, сваривание, пересечение, исключение). Свойства эффекта выдавливания, виды проекций, приёмы работы с точкой схода, базовые опции раскрашивания поверхностей выдавливания, вращение объёмного изображения. Свойства инструмента "интерактивное перетекание", его использование для создания эффектов штриховки, объёма и освещённости. Работа с текстом (виды, полиграфические параметры, создание, редактирование и форматирование, применение эффектов, изменение формы литер). Оболочки.

Формируемые компетенции	ОК-6; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ПК-28
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Теория и практика массовой информации • Социология массовых коммуникаций • Система СМИ • Иностранный язык
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»: современную концепцию рекламной деятельности и выставочно-конгрессной деятельности; традиционные и инновационные технологии рекламной деятельности и выставочно-конгрессной деятельности; национальное российское законодательство и международные нормативные документы (договоры, соглашения, конвенции) по рекламе и связям с общественностью; основные цели и задачи выставочно-конгрессной деятельности, цели и задачи участников и организаторов выставочно-конгрессных мероприятий, особенности подготовки российских выставок за границей.</p> <p>Уметь: - эффективно применять знания при организации выставочно-конгрессного мероприятия и участия в выставке; - ориентироваться в современных специализированных программных продуктах, связанных с профессиональной деятельностью - проектировать программы и отдельные мероприятия в области рекламы и связи с общественностью - разрабатывать, подготавливать к выпуску рекламную продукцию</p> <p>Владеть: навыками и знаниями в сфере практической подготовки выставочного и конгрессного мероприятия</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полный цикл мультимедийных презентаций по теоретическому разделу дисциплины. 2. Материалы электронной библиотеки, находящиеся в свободном доступе. 3. Образцы зарубежных печатных периодических изданий.
Формы промежуточного контроля знаний	Семинарские занятия, выполнение упражнений на практических занятиях, проверка домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачет

Б.3.ДВ.7.2. Система СМИ*

(составитель аннотации – кафедра журналистики)

Цель изучения дисциплины	Цель преподавания дисциплины - формирование знания о современных российских СМИ как системном объекте и его важнейших элементах: периодической печати, радиовещании, телевидении, электронных информационных инструментах; их социальных функциях и возможностях использования в рекламе и связях с общественностью, а
---------------------------------	--

	также об основных факторах и тенденциях развития.
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современные российские СМИ как система; • социолого-статистическая характеристика отдельных информационных каналов; • аудиторные и технико-технологические факторы функционирования и развития СМИ; • социальные функции прессы, аудиовизуальных и электронных средств массовой информации; • взаимодействие СМИ и структур по связям с общественностью, рекламных агентств.
Формируемые компетенции	ОК-11, ОК-13, ОК-17, ПК-2, ПК-8, ПК-26.
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Социология массовых коммуникаций • Теория и практика массовой информации
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • конституционные гарантии российских граждан на информацию; • организацию и структуру системы современных российских СМИ на федеральном, региональном и местном уровне; • назначение и особенности различных каналов массовой информации: периодической печати, радио, телевидения, сетевых СМИ; • типологию и социальные функции СМИ; • законодательное регулирование рекламы в различных средствах массовой информации, их использования в связях с общественностью. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать, систематизировать и обобщать сообщения СМИ, формулировать на их основе информационную повестку дня; • применять знания о системе СМИ в процессе медиапланирования рекламных и ПР-акций; • использовать периодические печатные издания, радио и телевизионные передачи, сетевые СМИ в качестве источника информации, необходимой для решения профессиональных задач. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками ориентации в системе СМИ, их социально-политической оценки и типологизации; • методами организации взаимодействия с редакциями СМИ с учетом характера и содержания своей профессиональной деятельности; • приемами отбора и обобщения информации из различных источников.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Официальные документы и материалы (Конституция и законы РФ, указы президента РФ, постановления правительства по вопросам функционирования и развития СМИ, ежегодные доклады Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и др.). 2. Полный цикл мультимедийных презентаций по теоретическому разделу дисциплины. 3. Материалы электронной библиотеки, находящиеся в свободном доступе. 4. Образцы периодических печатных изданий разных типологических групп.

Формы промежуточного контроля знаний	Семинарские занятия, выполнение упражнений на практических занятиях, проверка домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Зачет.

Б.3.ДВ.8.1.Креативный менеджмент
(составитель аннотации - кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	<p>Дать системное представление о процессе организации и реализации мероприятий креативного менеджмента, технологиях креативного менеджмента в области проектирования и управления творческими коллективами, командами в коммерческих и муниципальных организациях.</p> <p>практическое применение основного инструментария проектирования креативно-инновационных продуктов и товаров.</p>
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - креативность в бизнес-деятельности и в сфере государственного и муниципального управления; -- креативный процесс как объект управленческой деятельности; - креативный продукт как объект управленческой деятельности; - методология управления креативной деятельностью в коллективах, командах; - основы технологии проектирования креативно-инновационных продуктов и товаров.
Формируемые компетенции	ОК – 6 , ОК – 7 , ПК – 10, ПК – 12, ПК – 19, ПК – 28
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Теория менеджмента Информационные технологии в менеджменте Интернет-реклама
Знания, умения, навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современные концепции креатив-менеджмента; • основы методологии управления креативной деятельностью; • основы технологии проектирования креативно-инновационных продуктов и товаров. <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формулировать цели, задачи организации креативной деятельности в области проектирования и управления творческими коллективами, командами коммерческих и муниципальных организациях; • генерировать креативные идеи, формулировать на их основе концепции и реализовывать их в продукты и товары. <p>ВЛАДЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • системным представлением об организационной и экономической составляющей креатив-менеджмента

	<ul style="list-style-type: none"> • пониманием инновационных возможностей в области организации креативного процесса для перехода на новый качественный уровень развития коммерческих и муниципальных организациях; • пониманием основных требований, предъявляемых современным бизнесом к менеджеру, ответственному за организацию креативного процесса в области проектирования и управления творческими коллективами, командами коммерческих и муниципальных организаций
Используемые инструментальные и программные средства	MS Project; Mind Manager; Microsoft Visual Studio; Expert Choice; Win Steps; ПатентныебазыВОИС
Формы промежуточного контроля знаний	Решение креативных задач, интерактивное игровое тестирование креативности, поиск технологических идей в патентных базах данных
Форма итогового контроля знания	Экзамен – защита креативно-инновационного проекта

Б.3.ДВ.8.2.Коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью
(составитель аннотации - кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	Целью преподавания дисциплины «Коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» является формирование знаний, навыков и умений, необходимых бакалавру рекламы и связей с общественностью для эффективного осуществления деловых коммуникаций в профессиональной деятельности.
Содержание дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • коммуникационные технологии в системе маркетинга и деловых отношений; • технологии деловых отношений и переговорного процесса; • репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью; • внутренние и внешние коммуникации в рекламе и связях с общественностью. •
Формируемые компетенции	ОК-3; ОК-4; ОК-6; ПК-1; ПК-3; ПК-23; ПК-27.
Наименование дисциплин,необходимых для освоения данной дисциплины	- «Основы маркетинга» - «Коммуникационный менеджмент».
Знания, умения, навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	Знать: Виды общения, характеристики делового общения, классификации вербальных и невербальных средств коммуникации, коммуникативные барьеры, формы деловой коммуникации. Основы формирования эффективных внутренних коммуникаций,

	<p>нацеленных на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.</p> <p>Основы построения коммуникационной инфраструктуры организации, приемы формирования внутренней и внешней коммуникации, формирования и поддержания корпоративной культуры.</p> <p>Уметь:</p> <p>Организовывать кооперацию с коллегами, работу в коллективе.</p> <p>Строить и развивать отношения с контрагентами деловой коммуникации.</p> <p>Участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций. Налаживать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию, формировать и поддерживать корпоративную культуру.</p> <p>Владеть:</p> <p>Коммуникационными технологиями. Навыками построения и развития отношений с контрагентами деловой коммуникации. Приемами формирования эффективных внутренних коммуникаций, нацеленных на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	<p>MS Project; Mind Manager; Microsoft Visual Studio; Expert Choice; Win Steps; Патентные базы ВОИС</p>
Формы промежуточного контроля знаний	<p>Решение креативных задач, интерактивное игровое тестирование креативности, поиск технологических идей в патентных базах данных</p>
Форма итогового контроля знания	<p>Экзамен</p>

Б.3.ДВ.9.1.Проектирование в рекламе и связях с общественностью (составитель аннотации – кафедра рекламы)

Цель изучения дисциплины	<p>Формирование у студентов целостного представления о самой рекламе, о правилах создания совокупного образа рекламного материала, методах привлечения внимания как самой рекламе так к экономическому инструменту. Кроме того, целью настоящего курса являются принципы, способы и методы позиционирования, планирования самого рекламного процесса и определение его эффективности.</p>
Содержание дисциплины	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение методологического и понятийного аппарата рекламного планирования

	<ul style="list-style-type: none"> • рассмотреть основные положения управления рекламным процессом в его основных шагах и ступенях • посмотреть на организационный инструментарий рекламного проектирования в его композиционных элементах • управление проектными командами, конфликтами в проекте, профессиональные обязанности профессионалов по управлению проектами по рекламному проектированию • научить определять состав работ по рекламному проекту, уровень детализации, и масштаб деятельности по построению рекламных проектов; • оптимизация времени выполнения проекта; • управление рекламным бюджетом проекта; • управление проектными рисками; • обзор современных программных продуктов для управления проектами.
Формируемые компетенции	ОК-2, ОК-3, ОК-8, ПК-20, ПК-23, ПК-24, ПК-25
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Управление процессами • Теория менеджмента • Информационные технологии в менеджменте
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современную концепцию управления проектами; • основные математические методы, используемые при управлении проектами. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по рекламному проектированию; • обосновывать необходимость использования аналитического и компьютерного инструментария для решения задач по управлению рекламными проектами; • применять на практике аналитические и расчетные методы в процедуре принятия управленческих решений по управлению рекламными проектами; • ориентироваться в современных специализированных программных продуктах по управлению проектами общего и рекламного типа. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами реализации основных управленческих функций (принятие управленческих решений, организация, мотивирование и контроль); • навыками практического использования экономико-математических методов в управлении рекламными проектами; • навыками решения комплекса экономических задач и проведения вариантных расчетов при выборе управленческих решений при управлении проектами.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MSProject; • MSExcel; • оригинальные программные продукты кафедры рекламы
Формы	Защита лабораторных работ, решение задач на практических занятиях,

промежуточного контроля знаний	защита домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

Б.3.ДВ.9.2. «Дипломатический и деловой этикет и протокол»

(составитель аннотации – *Международных отношений*)

Цель изучения дисциплины	Изучение дисциплины « <i>Дипломатический и деловой этикет и протокол</i> » является неотъемлемой составляющей профессиональной подготовки студентов всех форм обучения, которые в соответствии с требованиями ГОС ВПО в области практической деятельности должны способствовать освоению соответствующих компонентов профессиональных компетенций на основе формирования у студентов системных знаний, умений и практических навыков <i>дипломатического протокола</i>
Содержание дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - Агреман - Аккредитация - Верительные грамоты - Взаимость (принцип взаимности) - Государственный герб - Государственный гимн - Государственный флаг - Дуайен - Консул - Консульский патент - Нунций - Персона гранта - Салют наций - Старшинство (в дипломатической и консульской практике) - Экзекватура
	ОК-3, ОК-4, ОК-7, ПК-3, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - История - Всемирная история - Философия - Стилистика русского языка и культура речи - Имиджелогия
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения государственной протокольной практики РФ; - понимать гражданские основы будущей профессиональной деятельности; - характерные черты делового этикета европейских стран; - специфику делового этикета мусульманских стран. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - системно мыслить, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения в деловых отношениях; - выявлять международно-политические и дипломатические смыслы

	<p>проблем при подготовке и проведении деловых встреч и официальных мероприятий.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устойчивыми навыками применять на практике знания основ дипломатического и делового протокола и этикета; - политически корректной корпоративной культурой международного общения (формального и неформального), навыками нахождения компромиссов посредством переговоров; - способностью адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и интернациональных групп.
Используемые инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полный цикл мультимедийных презентаций по теоретическому разделу дисциплины. 2. Материалы электронной библиотеки, находящиеся в свободном доступе.
Формы промежуточного контроля знаний	Семинарские занятия, выполнение упражнений на практических занятиях, проверка домашних заданий, тестирование.
Форма итогового контроля знаний	Экзамен

**Аннотация программы Б5.1. учебно-ознакомительной практики по ООП
ВОбакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль
«Реклама и связи с общественностью в выставочно-конгрессной деятельности»
(составители аннотации –кафедра связей с общественностью, кафедра рекламы)**

Цель учебной практики	Формирование у обучающихся практических представлений о специфике и основных направлениях работы в рамках профессиональной деятельности
Этапы учебной практики	<ul style="list-style-type: none"> - Организационное оформление начала практики - Организационное оформление окончания практики - Поиск, сбор и обработка информации о предприятии в сфере профессиональной деятельности - Описание организационной структуры выбранного предприятия в сфере профессиональной деятельности - Определение круга управленческих и аналитических задач, решаемых в рамках профессиональной деятельности - Сбор и обработка информации содержания профессиональной деятельности с учетом специфики выбранного для практики предприятия - Описание рекламных и PR-процессов выбранного подразделения предприятия - Подготовка отчета об итогах учебной практики - Оформление отчета по практике
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-5, ОК-8, ПК-2, ПК-7 ПК-9, ПК-22
Наименования дисциплин, необходимых для прохождения учебной практики	Все дисциплины учебного плана, предшествующие прохождению практики
Знания, умения и	«Знать»:

навыки, получаемые в результате прохождения учебной практики	<p>- теоретические основы макро- и микроэкономики, функционирования коммуникаций в конкурентной среде;</p> <p>- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;</p> <p>- основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций.</p> <p>«Уметь»:</p> <p>- использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении;</p> <p>- работать с интернет-ресурсами;</p> <p>- применять информационные технологии, изученные в теоретическом курсе обучения;</p> <p>- составить отчет.</p> <p>«Владеть»:</p> <p>- навыками деловых коммуникаций;</p> <p>- современными инструментальными средствами и интернет-технологиями.</p>
Используемые инструментальные программные средства	MSOffice, программные продукты в соответствии с выбранной сферой профессиональной деятельности
Формы промежуточного контроля знаний	Отметки руководителей в дневнике практики
Форма итогового контроля знаний	Зачет (Защита отчета о практике)

Аннотация программы Б5.2. производственной практики по ООП ВО бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в выставочно-конгрессной деятельности»
(составители аннотации – кафедра связей с общественностью, кафедра рекламы)

Цель производственной практики	Формирование у обучающихся практических представлений о специфике и основных направлениях работы в рамках профессиональной деятельности
Этапы учебной практики	<p>- Организационное оформление начала практики</p> <p>- Поиск, сбор и обработка информации о предприятии в сфере профессиональной деятельности</p> <p>- Описание организационной структуры выбранного предприятия в сфере профессиональной деятельности</p> <p>- Определение круга управленческих и аналитических задач, решаемых в рамках профессиональной деятельности</p> <p>- Сбор и обработка информации содержания профессиональной деятельности с учетом специфики выбранного для практики предприятия</p> <p>- Описание рекламных и PR-процессов выбранного подразделения предприятия</p> <p>- Подготовка отчета об итогах учебной практики</p> <p>- Оформление отчета по практике</p>

Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-5, ОК-8, ПК-2, ПК-7 ПК-9, ПК-22, ПК-27
Наименования дисциплин, необходимых для прохождения учебной практики	Все дисциплины учебного плана, предшествующие прохождению практики
Знания, умения и навыки, получаемые в результате прохождения учебной практики	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы макро- и микроэкономики, функционирования коммуникаций в конкурентной среде; - виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; - основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении; - работать с интернет-ресурсами; - применять информационные технологии, изученные в теоретическом курсе обучения; - составить отчет. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками деловых коммуникаций; - современными инструментальными средствами и Интернет-технологиями; - традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами на родном и иностранном языках, способностью работать в коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; - методами коммуникации в кросс-культурном пространстве.
Используемые инструментальные программные средства	MSOffice, программные продукты в соответствии с выбранной сферой профессиональной деятельности
Формы промежуточного контроля знаний	Отметки руководителей в дневнике практики, отзыв-характеристика с места практики
Форма итогового контроля знаний	Зачет (Защита отчета о практике)

Аннотация программы Б5.4. производственной (преддипломной) практики по ООП ВОбакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в выставочно-конгрессной деятельности»
(составители аннотации – кафедра связей с общественностью, кафедра рекламы)

Цель преддипломной практики	Формирование у обучающихся практических знаний, умений и навыков в области основных направлений работы в рамках профессиональной деятельности
------------------------------------	---

Этапы учебной практики	<ul style="list-style-type: none"> - Организационное оформление начала практики - Поиск, сбор и обработка информации о предприятии в сфере профессиональной деятельности - Описание организационной структуры выбранного предприятия в сфере профессиональной деятельности - Определение круга управленческих и аналитических задач, решаемых в рамках профессиональной деятельности - Сбор и обработка информации содержания профессиональной деятельности с учетом специфики выбранного для практики предприятия - Описание рекламных и PR-процессов выбранного подразделения предприятия - Подготовка отчета об итогах учебной практики - Оформление отчета по практике
Формируемые компетенции	ОК-1, ОК-5, ОК-8, ПК-2, ПК-7 ПК-9, ПК-22, ПК-27, ПК-27
Наименования дисциплин, необходимых для прохождения учебной практики	Все дисциплины учебного плана, предшествующие прохождению практики
Знания, умения и навыки, получаемые в результате прохождения учебной практики	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические основы макро- и микроэкономики, функционирования коммуникаций в конкурентной среде; - виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; - основы социологии и психологии массовых коммуникаций, правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью, бизнес-этикет, принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении; - работать с интернет-ресурсами; - применять информационные технологии, изученные в теоретическом курсе обучения; - составить отчет. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками деловых коммуникаций; - современными инструментальными средствами и интернет-технологиями; - традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами на родном и иностранном языках, способностью работать в коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; - методами коммуникации в кросс-культурном пространстве.
Используемые инструментальные программные средства	MSOffice, программные продукты в соответствии с выбранной сферой профессиональной деятельности
Формы промежуточного	Отметки руководителей в дневнике практики, отзыв-характеристика с места практики

контроля знаний	
Форма итогового контроля знаний	Экзамен (Защита отчета о практике)

Б.4. Б.1. Физическая культура

(составитель аннотации – кафедра физического воспитания)

Направление подготовки бакалавров

Цель изучения дисциплины	Формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности
	<p>Основные блоки дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Физическая культура в профессиональной подготовке студентов и социокультурное развитие личности студента • Социально-биологические основы адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания • Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности • Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе • Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий • Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих бакалавров
Формируемые компетенции	ОК-16
Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • История • Концепции современного естествознания • Безопасность жизнедеятельности
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p>«Знать»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни; • влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; • способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; • правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности. <p>«Уметь»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа жизни и стиля жизни; • выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры, композиции ритмической и аэробной гимнастики, комплексы упражнений атлетической гимнастики; • выполнять простейшие приемы самомассажа и релаксации; • преодолевать искусственные и естественные препятствия с использованием разнообразных способов передвижения; • выполнять приемы защиты и самообороны, страховки и

	<p>самоохраны;</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой. <p>«Владеть»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности; • системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте; • методами физического воспитания и укрепления здоровья для достижения должного уровня физической подготовленности к полноценной социальной и профессиональной деятельности • навыками практического использования экономико-математических методов в управлении проектами; • навыками решения комплекса экономических задач и проведения вариантных расчетов при выборе управленческих решений при управлении проектами.
Используемые инструментальные и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> • MS Word; • MS Power Point; • MS Excel; • автоматизированные диагностические программы и комплексы для оценки здоровья и физического состояния студентов • оригинальные программные продукты кафедры физического воспитания.
Формы промежуточного контроля знаний	Защита домашних заданий, устный опрос, анкетирование, защита реферата, тестирование, зачеты
Форма итогового контроля знаний	Зачет