

Б1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл

Б1. Б. Базовая часть

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Отечественная история»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Знакомство студентов с историей как формой осмысления опыта человеческой жизни и деятельности.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: ОК-1 - владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; ОК-9 - использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы; ОК-17 - знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные понятие и специфику исторического познания;• значение исторического познания и исторического образования для решения задач суверенного развития России;• основные этапы и особенности развития российского государства, эволюцию структур государственного управления;• основные этапы и особенности развития общества, культуры и экономики России;• специфику взаимодействия власти и общества в России (на исторических примерах)• роль России в мировой истории;• основные тенденции развития России в современном мире; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• применять основные схемы и представления исторического анализа и реконструкции;• проводить несложные сравнительно-исторические исследования;• проводить несложные историко-критические исследования;

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основными историческими понятиями; • историческими фактами как средствами аргументации в дискуссиях; • способами оценки (критики) современных явлений с точки истории.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Методология исторического познания и историческая практика Тема 2. Ранняя государственность у восточных славян. Киевская Русь в контексте истории 3. Европы и Азии Тема 3. Природно-территориальный фактор в развитии государства и общества России. Тема 4. Возникновение и эволюция имперской идеологии российского государства. Особенности исторического развития российской империи. Тема 5. Особенности экономического развития России Тема 6. Эволюция государственного управления и идеологии власти России Тема 7. Общественные организации в России. Особенности исторического пути российской оппозиции. Тема 8. Реформы в истории России Тема 9. Внешняя политика России Тема 10. СССР как цивилизационный проект: специфика советской социальной структуры, менталитета, хозяйства, внешней и внутренней политики. Тема 11. Причины кризиса советского государства и общества. Распад СССР. Исторические перспективы российского государства и общества в XXI веке.</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, который по выбору студентов проводится либо в форме устного ответа, либо в форме публичной презентации выбранной темы.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Философия»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Гуманитарных дисциплин

Цель изучения дисциплины	Дать конспективное изложение основных проблем философского знания, закрепить ориентацию в подходах к их решению опытом критико-рефлексивного размышления над глубинными ценностями и жизненными принципами.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-1 - владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;• ОК-4 - способен находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;• ОК-9 - использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные этапы развития мировой философской мысли, представления о важнейших школах и учениях выдающихся философов;• научные, философские и религиозные картины мироздания, их фундаментальные понятия и принципы;• философские и религиозно-этические концепции человека, его назначение и смысл жизни;• о взаимоотношении духовного и телесного, биологического и социального начал в человеке, отношения человека к природе и возникшим в современную эпоху технического развития противоречиям и кризису существования человека в природе;• сущность сознания, его взаимоотношения с бессознательным, роль сознания и самосознания в поведении, общении и деятельности людей, формировании личности;• условия формирования личности, ее свободы, ответственности за сохранение жизни, природы, культуры; роль насилия и ненасилия в истории и человеческом поведении; нравственные обязанности человека по отношению к другим и самому себе;• историчность человеческого бытия, многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантность исторического процесса, аксиологического измерения истории;• роль культуры в человеческой жизнедеятельности, способы приобретения, хранения и передачи социального опыта, базисных ценностей культуры, специфики культуры в традиционных и

	<p>современных обществах;</p> <ul style="list-style-type: none"> • многообразие форм человеческого знания, соотношение истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального в человеческой жизнедеятельности, особенностей функционирования знания в современном информационном обществе; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обосновать свою мировоззренческую позицию, а также применить полученные знания при решении профессиональных задач, при разработке социальных проектов, организации межлических отношений в сфере профессиональной деятельности; • работать с классическими философскими текстами, охватывающими различные мыслительные эпохи и традиции; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • предметом философии и ее роли в истории человеческой культуры; • пониманием основных отраслей философского знания (онтология, гносеология, философия природы, логика, философская антропология, этика, эстетика, аксиология, философия науки и техники, социальная философия).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>1. Философия, круг ее проблем, специфика философского знания и языка. Тема. Философия, круг ее проблем, специфика философского знания и языка.</p> <p>2. История философии: этапы, направления, проблемы, идеи. Тема 1. От Древней философии до Новейшей философии. Тема 2. Особенности философии XIX и XX веков.</p> <p>3. Философский смысл проблемы бытия. Тема. Философский смысл проблемы бытия.</p> <p>4. Сознание. Мышление. Познание. Наука. Тема 1. Познание как социально-опосредованное, исторически развивающееся отношение человека к миру. Тема 2. Истина как гносеологическая проблема.</p> <p>5. Общество. Личность. Современная цивилизация: вызовы и угрозы. Тема 1. Общество и его структура. Тема 2. Человек в системе социальных знаний.</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме устной презентации реферата.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Иностранный язык»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Иностранных языков

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• формировать и развивать возможность студентов Академии успешно решать коммуникативную задачу на иностранном языке;• ввести студентов в социальную среду и сформировать способность успешного в ней общения;• ввести студентов в деловую среду;• формировать и развивать социо-культурной и межкультурный аспекты;• формировать и развивать техники презентации деловой информации на иностранном языке;• формировать и развивать готовность студентов вступать в деловую коммуникацию на общие темы.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>Студент должен обладать:</p> <ul style="list-style-type: none">• ОК – 2 - умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК – 14 - владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;• ПК – 5 - владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• основные законы адекватной реализации иностранного языка в условиях реальной коммуникативной ситуации;• систему и структуру английского языка;• набор необходимых для реализации успешной коммуникации языковых средств; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">• навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;• навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам маркетинга и бизнеса.
Краткая характеристика учебной	Тема 1.1. Globalization Тема 1.2. Global Marketing Тема 1.3. Product promotion Тема 1.4. Global Advertising

ДИСЦИПЛИНЫ (основные блоки и темы)	<p>Тема 1.5. Branding Тема 1.6. Global advertising campaigns Тема 1.7. Business Media Тема 2.1. Business English Certificate 1 Тема 3.1. Christmas Тема 4.1. Employment Тема 4.2. Trade Тема 4.3. Organization Тема 4.4. Money Тема 5.1. Ethics Тема 5.2. Change Тема 5.3. Marketing Strategies Тема 6.1. Cultures Тема 6.2. Leadership Тема 6.3. Competition in Marketing Тема 7.1. Innovations in Marketing Тема 7.2. Business and environment Тема 7.3. Franchising Тема 7.4. Business communication Тема 8.1. The nature of marketing Тема 8.2. Customer service Тема 8.3. Team Building Тема 8.4. Risk in Marketing Тема 8.5. Crisis Marketing Тема 9.1. Globalization and Global Marketing Тема 9.2. Marketing for Coca Cola Company Тема 9.3. Success in Marketing Тема 9.4. Marketing for General Motors Company Тема 9.5. Failures Тема 9.6. Marketing for Microsoft Company Тема 9.7. Marketing for Virgin Group Company Тема 9.8. Future of Marketing Тема 10.1 Business English Certificate 3</p>
Форма итогового контроля знаний	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрены зачеты в 1 и 3 семестрах, зачет с оценкой - во 2 семестре и экзамен в 4 семестре, которые проводятся в форме устного и/или письменного экзамена, а также и групповой презентации глобальной компании.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Социология»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Дать студентам достаточный комплекс знаний о специфике социологии как науки, ее законах, методах, что является первым шагом в освоении методов социологического анализа, применяемого во многих областях деятельности, в которых будут работать выпускники.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-3 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;• ОК-5 - осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;• ОК-8 - осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;• ОК-9 - использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы;• ОК-11 - способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;• ПК-8 - обладает базовыми навыками медиапланирования;• ПК-9 - обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• место и возможности профессиональной деятельности в системе социальных связей и отношений;• социологические подходы к анализу социально значимых проблем;• социологические приемы и методы анализа социальных процессов и явлений;• сущность и содержание социального прогнозирования;• социальные приемы и методы урегулирования межличностных и межгрупповых взаимодействий;• систему социальной стратификации общества, основные ценности различных социальных групп и наиболее эффективные способы воздействия и управления этими группами;

	<ul style="list-style-type: none"> • основные источники возникновения и развития массовых социальных движений, формы социальных взаимодействий, типы и структуры социальных организаций; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные положения и методы социологии для анализа мировоззренческих, социальных, профессиональных и личностно значимых проблем; • выявлять и обосновывать социальную значимость своей профессиональной деятельности; • прогнозировать непосредственные и отдаленные социальные последствия управленческой деятельности; • использовать методiku социологических исследований, эмпирическую социальную информацию; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • пониманием природы возникновения социальных общностей и социальных групп, видов и содержания социальных процессов, особенностей их протекания в условиях социальной деятельности; • пониманием специфики управления социальными процессами в рамках своей профессиональной деятельности; • пониманием организации как социального организма и трудового коллектива как разновидности социальной организации.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Социология как наука об обществе Общество как социокультурная система. Культура в общественной системе 2. Социальные институты и их характеристика 3. Социальное неравенство. Социальная стратификация общества 4. Социальные группы и общности. Социальное взаимодействие и социальные отношения 5. Формирование личности в обществе. Социальная норма и социальные отклонения 6. Социальные конфликты и способы их разрешения 7. Социальные изменения. Многополярный мир и место России в мировом сообществе 8. Методика проведения социологического исследования
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет в форме презентации информационного проекта.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Русский язык и культура речи»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Изучение русского литературного языка в коммуникативно-функциональном аспекте - как системы средств коммуникации, а также приобретение практических навыков создания текстов в соответствии с требованиями стиля и жанра, знания основных приемов оформления жанров научной, официально-деловой и др. видов речи и ситуации делового общения.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: ОК-2 - умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; ПК-5 - владеет основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения; ПК-6 - обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• характеристики стилей речи;• функциональное значение стилей;• основные правила русского этикета; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• различать стили речи и уметь использовать их в практике общения;• учитывать ситуацию общения, сохранять стиль речи до конца высказывания;• корректировать речь в зависимости от речевой ситуации;• делать правильный стилистический выбор книжной лексики в ситуации делового общения;• планировать последовательность изложения в деловом общении, обеспечивая развитие темы и основной мысли; Владеть: <ul style="list-style-type: none">• пониманием необходимости следования языковым нормам в практике устной и письменной коммуникации;• русским языком как общенациональным достоянием народов России, как средством международного общения;• осознанием роли русского языка как средства общения и базы построения основы для развития культуры, плодотворного сотрудничества, дружеских отношений между народами.
Краткая характеристика	Семестр 1 Тема 1. Литературный язык как система функциональных типов и стилей речи Тема 2. Нормативный аспект. Нормы литературного языка. Орфоэпическая и

<p>учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>акцентологическая нормы Тема 3. Нормативный аспект. Нормы литературного языка. Лексическая норма. Сочетаемость слов. Омонимы, синонимы, антонимы Тема 4. Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Культура деловой речи. Тема 5. Научный стиль. Культура научной и профессиональной речи.</p> <p><u>Семестр 2</u> Тема 6. Публицистический стиль: жанровая дифференциация и отбор языковых средств. Тема 7. Разговорный стиль в системе функциональных разновидностей русского литературного языка. Культура разговорной речи. Тема 8. Виды ошибок. Лексические ошибки. Тема 9. Грамматические ошибки при употреблении имен существительного и прилагательного Тема 10. Грамматические ошибки при употреблении местоимения и числительного Тема 11. Грамматические ошибки при употреблении глагола и его форм Тема 12. Стилистика текста</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен в 1 семестре зачет в форме теста, во 2 семестре - зачет с оценкой в форме контрольной письменной работы.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Психология»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Способствовать повышению психологической культуры студента; формированию целостного представления о психологических особенностях человека как факторах успешности его деятельности; умению самостоятельно мыслить и предвидеть последствия собственных действий, самостоятельно учиться и адекватно оценивать свои возможности, самостоятельно находить оптимальные пути достижения цели и преодоления жизненных трудностей.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: ОК-4 - способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность; ОК-6 - стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; ОК-7 - умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков; ОК-9 - умением использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: основные категории и понятия психологической науки; природу, сущность и структуру психики; основные функции психики, психические процессы; психические свойства личности; Уметь: распознавать индивидуально-психологические особенности личности; составлять психологическую характеристику личности; управлять своей психикой и поведением; использовать полученные знания в предстоящей профессиональной деятельности; Владеть: пониманием специфики развития психики в процессе филогенеза и

	<p>онтогенеза; пониманием особенности взаимодействия психики и организма; пониманием соотношения сознания и бессознательного в психике человека; различением факторов, влияющих на формирование и развитие личности; основными психологическими концепциями личности.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Значение психологии в жизни общества. Объект и предмет психологии Тема 2. Способы приобретения психологических знаний Тема 3. Постулаты и принципы построения психологической реальности Тема 4. Структура психики Тема 5. Чувственное познание Тема 6. Рациональное познание Тема 7. Целостное и парциальное описание психологии человека Тема 8. Конституциональный уровень психики Тема 9. Роль уровня поведения и его отражение в психике</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, который проводится в форме презентации (защиты) реферативных работ, выполненных в микрогруппах. Состав микрогруппы – 5 студентов.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Культурология»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов представлений о культурных основаниях различных социальных практик
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-1 - владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;• ОК-9 - использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы;• ПК-7 - обладает базовыми навыками бренд-менеджмента.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none">• наиболее важные культурологические теории;• основные понятия культурологи;• основную проблематику изучения явлений культуры;• организационное устройство современной культуры;• основные типы культуры; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• ориентироваться в современной социокультурной ситуации;• выделять культурную составляющую в проблематике совершенствования различных социальных практик;• применять основные схемы и представления культурологического анализа; Владеть: <ul style="list-style-type: none">• пониманием назначения культурологического знания;• навыками распознавания характера социокультурных проблем, стоящих перед миром и Россией;• пониманием значения социокультурного проектирования в современном мире.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Введение. Культурология в системе социогуманитарного знания2. Многообразие подходов к постижению культуры3. Семиотический и деятельностный подходы к изучению культуры4. Методологически значимые концепты культурологического анализа социальной реальности5. Культурные основания и культурологические смыслы социальных практик.6. Генезис культуры. Современные социокультурные тенденции и цивилизационные вызовы.

	7. Социокультурное проектирование в контексте современной культурной политики
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, который по выбору студентов проводится либо в форме устного ответа, либо публичной презентации выбранной темы.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Экономика»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре экономики и финансов

Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов теоретические знания о содержании и формах проявления экономических отношений, аналитическое экономическое мышление, базирующееся на методологических принципах исследования процессов и явлений экономической жизни общества, овладеть способами и средствами решения задач хозяйственной практики, соответствующих конкретному состоянию экономической системы. Курс предполагает освоение системы экономических категорий и законов, ознакомление с методологическими подходами, принципами и методами исследования, наиболее значимыми с теоретической и практической точки зрения экономическими моделями.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент должен владеть: <ul style="list-style-type: none">• ОК-5 - умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;• ОК-9 - использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы;• ОК-10 - использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;• ПК-10 - способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные положения и методы экономической науки и хозяйствования, их юридическое отражение и обеспечение в российском законодательстве;• современное состояние мировой экономики и особенности функционирования российских рынков; роль государства в согласовании долгосрочных и краткосрочных экономических интересов общества. Уметь: <ul style="list-style-type: none">• использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов;• самостоятельно осваивать прикладные экономические знания,

	<p>необходимые для работы в конкретных сферах юридической практики.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками постановки экономических и управленческих целей и их эффективного достижения, исходя из интересов различных субъектов и с учетом непосредственных и отдаленных результатов.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Предмет и методы исследования экономической теории</p> <p>Тема 2. Блага, потребности, ресурсы</p> <p>Тема 3. Экономическая система и ее элементы</p> <p>Тема 4. Теория спроса и предложения</p> <p>Тема 5. Основы теории поведения потребителя</p> <p>Тема 6. Основы теории производства</p> <p>Тема 7. Фирма в условиях совершенной и несовершенной конкуренции</p> <p>Тема 8. Рынки факторов производства и формирование факторных доходов</p> <p>Тема 9. Общественное производство и макроэкономические показатели</p> <p>Тема 10. Общее макроэкономическое равновесие</p> <p>Тема 11. Основные макроэкономические проблемы</p> <p>Тема 12. Роль государства в рыночной экономике</p> <p>Тема 13. Денежно-кредитная система и монетарная политика</p> <p>Тема 14. Финансовая система и бюджетно-налоговая политика</p> <p>Тема 15. Макроэкономические проблемы открытой экономики</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачет по итогам 3 семестра.</p> <p>Экзамен по итогам 4 семестра.</p>

Б1.В. Вариативная часть

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Основы права»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре экономики и финансов

Цель изучения дисциплины	приобретение студентами необходимых знаний в области государства и права, знаний соответствующих отраслей российского законодательства, с которыми будет связана последующая профессиональная деятельность.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: ОК-5 - умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; ОК-17 – знает свои права и обязанности как гражданина своей страны; умеет использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрирует готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• конституционное устройство России, основные понятия гражданского законодательства;• основные права и обязанности участвующих в гражданских правоотношениях лиц;• пределы реализации прав каждым из субъектов гражданских правоотношений;• принципы взаимодействия государства и гражданина;• основы системы государственного управления и принцип разделения властей• основы гражданского, наследственного права, основы семейного права; основы трудового права; административного права; уголовного; экологического права;• собственные права и обязанности как потенциального участника гражданских правоотношений, пределы осуществления своих прав;• принципы возникновения обязательств, принципы привлечения к ответственности за нарушение обязательств и назначение наказаний; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• осуществлять эффективный поиск правовых источников, необходимых для разрешения правовой проблемы, обрабатывать,

	<p>анализировать, систематизировать и сохранять полученную из них информацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> • работать с законодательством: ориентироваться в его системе, анализировать содержание нормативно-правовых актов и давать их правовое толкование; • проводить правовой анализ ситуаций и фактов, возникающих в ходе осуществления профессиональной деятельности; • анализировать правовые проблемы и предлагать пути их разрешения; • составлять и рецензировать локальные нормативно-правовые акты организации; • логически верно мыслить, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, вести дискуссии. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками применения полученных правовых знаний в решении профессиональных задач и правовых ситуаций в обыденной жизни; • навыками поиска и анализа правовых источников; • навыками самостоятельной работы по сбору и обработке информации в правовой сфере, как с бумажных, так и электронных носителей; • навыками письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; • навыками публичной речи и аргументации, ведения дискуссии и полемики; • навыками критического восприятия информации.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Основные понятия о государстве и праве Тема 2 Основы конституционного права Российской Федерации Тема 3. Основы административного права Тема 4. Понятие и общие положения гражданского права Субъекты гражданского права Гражданско-правовые договора Тема 5. Основы трудового права Тема 6. Основы семейного права Тема 7. Право собственности и другие вещные права Тема 8. Финансовое право Налоговое право Тема 9. Основы уголовного права Тема 10. Арбитражный процесс. Апелляция. Кассация Тема 11. Основы экологического права</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачет по итогам 2 семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Коммуникационная подготовка»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов системных знаний о концептуальных основах коммуникационного менеджмента как научного управления потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований с целью решения стратегических и тактических задач в развитии общественных отношений.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент должен обладать: <ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ПК-5 - владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: <p>Знать:</p> <p>объект, предмет, методологию коммуникационного менеджмента, место теории коммуникационного менеджмента в системе социальных наук; сущность коммуникаций, специфику внутриорганизационных коммуникаций;</p> <p>Уметь:</p> <p>логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;</p> <p>использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии;</p> <p>определять и анализировать особенности национальных культур и их влияние на поведение людей в международном и транснациональном менеджменте.</p> <p>Владеть:</p> <p>основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;</p> <p>навыками работы с коммуникационными потоками; навыками анализа различных социальных явлений, являющихся объектами</p>

	<p>профессиональной деятельности.</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Семестр 5:</p> <p>Тема 1. Общие представления о дисциплине «Коммуникационный менеджмент»</p> <p>Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс</p> <p>Тема 3. Механизмы управления коммуникациями .</p> <p>Семестр 6:</p> <p>Тема 1. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы</p> <p>Тема 2. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации</p> <p>Тема 3. Информационные потоки в организациях. Структура коммуникации в организации.</p> <p>Семестр 7:</p> <p>Тема 1. Роль коммуникационного менеджмента в стратегическом планировании.</p> <p>Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс передачи информации и построения корпоративной культуры.</p> <p>Тема 3. Коммуникативный климат организации. Корпоративный имидж.</p> <p>Семестр 8:</p> <p>Тема 1. Корпоративная культура. Репутационные технологии</p> <p>Тема 2. Коммуникационный менеджмент и проблемы манипулирования общественным сознанием</p> <p>Тема 3. Формирование положительного общественного мнения об организации.</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт по итогам пятого, шестого, седьмого семестров, зачёт с оценкой по итогам восьмого семестра..</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Деловая этика»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов комплекс знаний и навыков установления контактов в области делового общения в процессе подготовки к профессиональной деятельности.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК-3 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;• ПК-5 - владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• основы гуманитарных, социальных и экономических дисциплин;• виды речи, правила речевого этикета. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.• использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении;• самостоятельно анализировать социально-политическую, экономическую и научную литературу;• применять соответствующую терминологию. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• основами речи, законами композиции и стиля, приемов убеждения;• способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах;• способностью к критике, самокритике.
Краткая	Тема 1. Природа и сущность деловых отношений

характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 2. Управленческая этика и этика деятельности руководителя Тема 3. Правила деловых отношений Тема 4. Этикет делового человека Тема 5. Этикет деловых отношений
Форма итогового контроля знаний	Экзамен по итогам первого семестра.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Английский язык для профессиональных целей»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Иностранных языков

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Формировать умение качественно использовать иностранный (английский) язык как инструмент в профессиональной деятельности.• Приучить студентов к глубокой, вдумчивой и тщательной работе со специальным иноязычным текстом.• Научить описывать свой профессиональный опыт с использованием специальной информации на английском языке.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>Студент должен обладать:</p> <ul style="list-style-type: none">• ОК–2: умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК–13: способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;• ОК–14: владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;• ПК–5: владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;• ПК–6: базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга;• ПК–10: способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;• ПК–16: пониманием основ менеджмента и маркетинга.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• основные понятия и законы рекламы и связей с общественностью, законы мирового маркетинга;• термины, устойчивые терминологические клише, различные виды аббревиации, встречающиеся в текстах; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности;• находить нужный профессионально ориентированный текст на английском языке, пользуясь техниками «быстрого» чтения;• осуществлять лексические и грамматические трансформации с английского на русский;• строить обобщающие высказывания на основе предложенного текста;

	<ul style="list-style-type: none"> • выделить основную и второстепенную информацию в тексте, разделить текст на смысловые куски и фрагменты; выделить ключевые слова, предложения, мысли; • изложить письменно обобщающую, основную или необходимую для конкретной ситуации информацию, составить план к тексту, сформулировать тезисы; • составить информативный реферат; • работать со справочной иноязычной литературой и словарями. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке; • навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам организационного и стратегического менеджмента; • навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Раздел 1. Techniques and strategies of quick reading (texts on Economics)</p> <p>Тема 1.1. Reading for detailed information</p> <p>Тема 1.2. Reading for gist</p> <p>Тема 1.3. Scanning</p> <p>Тема 1.4. Skimming</p> <p>Раздел 2. Rendering (texts on Management)</p> <p>Тема 2.1. Techniques and strategies of Rendering</p> <p>Тема 2.2. English-Russian Rendering</p> <p>Тема 2.3. Russian – English Rendering</p> <p>Тема 2.4. Techniques and strategies of Interpreting</p> <p>Тема 2.5. Techniques and strategies of Translating</p> <p>Раздел 3. Readings in Marketing</p> <p>Тема 3.1. Modern conception of Marketing. Peculiarities of Russian Marketing</p> <p>Тема 3.2. Modern basics of Marketing: customer needs satisfaction</p> <p>Тема 3.3. Ways of Marketing research and information systems. Marketing sphere. Markets; clients' behaviour</p> <p>Тема 3.4. Market of enterprises and their clients' behaviour. Segmentation. Goods development</p> <p>Тема 3.5. Strategy of goods development and promotion. Rules of price formation</p> <p>Тема 3.6. Approach to price formation issue. Pricing. Distribution and promotion. Retail and wholesale</p> <p>Тема 3.7. Goods promotion; sales promotion; advertising</p> <p>Тема 3.8. Personal selling; sales management. Strategy, planning and control</p> <p>Тема 3.9. International marketing. Marketing in service sphere. Marketing and society</p> <p>Раздел 4. Managerial Decision Making</p> <p>Тема 4.1. Preparation for a Professional Career. Case «Building Self-Confidence»</p> <p>Тема 4.2. Job Goes Opposite to Expectations. Case «Getting out of the Pile»</p> <p>Тема 4.3. Dealing with Others' Costly Mistakes. Case «Blowing the Roof Off»</p> <p>Тема 4.4. A Passionate and Aggressive Manager: Good or Bad? Case «Flying below the Radar»</p> <p>Тема 4.5. Managing a Business Mix. Case «Getting Closer to the Big Leagues»</p> <p>Тема 4.6. Building up an Efficient Team: a) Hiring Personnel b) Performance Appraisal c) Firing Personnel</p>

	<p>Тема 4.7. Out of Favor with Boss. Case «Swimming in a Bigger Pond»</p> <p>Тема 4.8. Big-Opportunity Business Growing Slow. Case «GE Credit»</p> <p>Тема 4.9. Dealing with Own Mistakes. Case «A Swamp of a Deal»</p> <p>Тема 4.10. Building a Philosophy Cases «Dealing with Reality» and «Superficial Congeniality»</p>
--	---

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Управление организацией»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Формирование у бакалавров системного представления об управлении организацией, путем изучения базовых понятий и положений теории организации как составной части теоретического фундамента менеджмента, приобретения студентами компетенций и практических навыков и умений решения задач к управления в условиях постиндустриального развития общества и в соответствии с международными требованиями к избранному виду деятельности.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• ОК-4 - способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;• ОК- 5 - умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;• ОК- 9 - умением использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы.• ПК - 20 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• современные подходы к теории организации;• характеристику различных форм организации и управления ими;• основы инновационного менеджмента;• основы инвестиционного менеджмента;• основы менеджмента качества;• основы стратегического менеджмента;• основы менеджмента риска;• особенности управления организациями различных организационно-правовых форм; <p><i>Уметь:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • формировать системы управления предприятиями различных организационно-правовых форм; • анализировать факторы внешней и внутренней среды организации; • формулировать миссию и строить дерево целей, выбирать и оценивать стратегию организации; • оценивать эффективность инновационной деятельности и определять стратегические направления инновационного развития предприятия; • выбирать сферы инновационного развития предприятия; • идентифицировать риски, владеть методами их выявления, управления и страхования; • использовать в практической деятельности современные отечественные и международные стандарты, принципы и методы сертификации продукции; • оценивать эффективность инвестиционной деятельности; • осуществлять организационные изменения; • управлять бизнес-процессами в организации; • оценивать эффективность корпоративного управления организацией; <p style="text-align: center;"><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • различными подходами к построению системы управления организацией; • навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; • современными подходами к корпоративному управлению.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Семестр 3:</p> <p>Тема 1. Основы управления организацией</p> <p>Тема 2. Организация и менеджер</p> <p>Тема 3. Процессы и методы управления</p> <p>Тема 4. Планирование в управлении организацией</p> <p>Тема 5. Организационная структура</p> <p>Тема 6. Руководство и лидерство в управлении организацией</p> <p>Семестр 4:</p> <p>Тема 1. Стратегическое управление, общая концепция</p> <p>Тема 2. Процесс планирования стратегии</p> <p>Тема 3. Анализ альтернатив и выбор стратегии</p>

	Тема 4. Основы маркетинга организации Тема 5. Кадровое планирование в организации
Форма итогового контроля знаний	Зачёт по итогам третьего семестра, зачёт с оценкой по итогам четвёртого семестра.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Спецкурс по праву»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре экономики и финансов

Цель изучения дисциплины	получение знаний студентами в сфере регулирования трудового, налогового права, гражданско-правовых основ предпринимательской деятельности с особым акцентом на внешнеэкономические ее аспекты; развитие у студентов юридического мышления и навыков практического применения теоретических знаний в области гражданского и международного частного права.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: ОК-5 - умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; ОК-17 – обладает знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<u>Студент должен знать :</u> <ul style="list-style-type: none">• основные понятия трудового, налогового права; правовое регулирование внешнеэкономической деятельности;• основные права и обязанности участвующих в гражданских правоотношениях лиц;• пределы реализации прав каждым из субъектов гражданских правоотношений;• способы и средства защиты своих прав;• принципы взаимодействия государства и гражданина;• принципы возникновения обязательств, принципы привлечения к ответственности за нарушение обязательств и назначение наказаний.

	<p><u>Студент должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять эффективный поиск правовых источников, необходимых для разрешения правовой проблемы, обрабатывать, анализировать, систематизировать и сохранять полученную из них информацию; • работать с законодательством: ориентироваться в его системе, анализировать содержание нормативно-правовых актов и давать их правовое толкование; • проводить правовой анализ ситуаций и фактов, возникающих в ходе осуществления профессиональной деятельности; • анализировать правовые проблемы и предлагать пути их разрешения; • составлять и рецензировать локальные нормативно-правовые акты организации; • логически верно мыслить, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, вести дискуссии. <p><u>Студент должен владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками применения полученных правовых знаний в решении профессиональных задач и правовых ситуаций в быденной жизни; • навыками поиска и анализа правовых источников; • навыками самостоятельной работы по сбору и обработке информации в правовой сфере, как с бумажных, так и электронных носителей; • навыками письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; • навыками публичной речи и аргументации, ведения дискуссии и полемики; • навыками критического восприятия информации
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Тема 1. Трудовое право</p> <p>Тема 2. Налоговое право</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачет по итогам 2 семестра</p>

--	--

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Риторика»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Помочь студентам овладеть искусством живого слова, приобрести знания о различных видах красноречия и навыки уместного речевого общения.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-1 - владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;• ОК-2 - умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ПК-5 - владеет основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• специальную терминологию,• функциональное значение стилей;• основные правила русского этикета; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• подготовить речь любого содержания;• вести полемику;• учитывать ситуации общения, сохраняя стиль речи до конца высказывания;• корректировать речь в зависимости от обстановки;• делать правильный стилистический выбор книжной и разговорно-просторечной лексики;• планировать последовательность изложения, обеспечивая развитие темы и основной мысли;• соблюдать правила русского речевого этикета и невербальной коммуникации (мимика, жесты, дистанция общения); Владеть: <ul style="list-style-type: none">• пониманием необходимости ситуативного следования нормам современного русского языка, фиксируя их нарушения,• риторическим инструментарием аргументированного и адекватного определенной цели публичного выступления.
Краткая характеристика учебной	Тема 1. Риторика и речевое поведение человека. Тема 2. Риторический канон: изобретение содержания речи (инвенция). Тема 3. Риторический канон: расположение изобретенного (диспозиция), словесное выражение (элокуция).

<p>дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 4. Основы мастерства публичного выступления (оратория). Виды публичной речи. Информационная публичная речь. Тема 5. Аргументирующая публичная речь. Тема 6. Эпидейктическая публичная речь. Тема 7. Обучение технике речи. Тема 8. Деловая риторика.</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет в форме публичного выступления.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Деловое общение»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Дать студентам представление о построении имиджа и управлении им, о его влиянии в различных контекстах; Описать конкретную методику ведения первоначальные навыки ведения делового разговора, повысить культуру деловой речи.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК-3 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;• ПК-5 - владеет основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;• ПК-9 - обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none">• теоретические основы делового этикета;• бизнес-этикет;• современный этикет;• национальные особенности ведения деловых переговоров; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• вести деловую беседу, телефонные переговоры,• подготовить и провести совещание;• вести себя на приемах, корпоративных встречах в соответствии с деловым этикетом;• учитывать ситуацию общения, сохранять стиль речи до конца высказывания;• соблюдать правила русского речевого этикета и невербальной коммуникации (мимика, жесты, дистанция общения); Владеть: <ul style="list-style-type: none">• пониманием необходимости следования нормам общения и кооперации в практике устной и письменной деловой коммуникации.
Краткая характеристика учебной дисциплины	Тема 1. Введение в деловое общение. Прием на работу Тема 2. Телефонные переговоры Тема 3. Проведение совещания Тема 4. Протоколно-организационная служба компании Тема 5. Организация корпоративного мероприятия

(основные блоки и темы)	
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, который проводится в форме деловой игры.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Управления

Цель изучения дисциплины	Освоение основных знаний и получение навыков профессионального управления корпоративными коммуникациями в государственных структурах, негосударственных, общественных и коммерческих учреждениях и организациях.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: ПК-7 - обладает базовыми навыками бренд-менеджмента; ПК-9 - обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• теорию коммуникационных процессов и их значение в современном обществе;• основы управленческой деятельности как процесса коммуникаций;• виды информационных потоков организации;• роль и значение информации в процессе коммуникации. Уметь: <ul style="list-style-type: none">• разрабатывать и внедрять инновационные методы решения коммуникативных проблем и получить оптимальный как социальный, так и хозяйственный, коммерческий результат на основе правильного использования мотивационных ресурсов;• прогнозировать и моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента, на этой основе добиваться оптимальных управленческих решений. Владеть: <ul style="list-style-type: none">• методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения;• навыками управления коммуникационными процессами;

	<ul style="list-style-type: none"> • базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; • навыками управления коммуникациями в условиях конфликтной ситуации организации
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>3 семестр:</p> <p>Тема 1. Основная теория коммуникации</p> <p>Тема 2. Частная теория коммуникации</p> <p>4 семестр:</p> <p>Тема 1. Прикладная коммуникация</p> <p>Тема 2. Эффективные деловые коммуникации</p>
Форма итогового контроля знаний	Зачёт по итогам третьего семестра, зачёт с оценкой по итогам четвёртого семестра.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Управление конфликтами»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Сформировать у студентов целостное представление о конфликтах как явлении общественной и индивидуальной жизни людей, их эффективном управлении.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-3 - способен работать в коллективе, нести ответственность за поддержание партнерских, доверительных отношений;• ОК-4 - способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность;• ПК-9 - обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• сущность конфликтов;• основные движущие силы конфликта;• стадии развития конфликтных ситуаций;• причины возникновения конфликтов;• стили поведения в конфликтной ситуации;• принципы управления конфликтами;• способы разрешения конфликта;• виды конфликтов в зависимости от: способа решения, природы возникновения, направленности действия, степени выраженности, количества участников;• стратегии обращения с конфликтами;• современную классификацию конфликтов; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• прогнозировать определенные перспективы конфликтов (конструктивные/деструктивные);• анализировать конкретные конфликтные ситуации;• выявлять интересы и ресурсы участников конфликтных взаимодействий;• применять конфликтологические инструменты и приемы в практической деятельности по управлению конфликтами;• аргументированно и доказательно выходить из ситуации конфликта в профессиональной деятельности;

	<ul style="list-style-type: none"> • обосновывать свою позицию, применять полученные знания при решении профессиональных задач, при разработке проектов управления конфликтами, организации межлических отношений в сфере профессиональной деятельности; • определять составляющие части конфликта, • выявлять причины возникновения конфликтов; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • различными вариантами разрешения конфликтных ситуаций; • позициями различных участников и сторон конфликтных взаимодействий; • техникой ведения переговоров как основного способа разрешения конфликтов; • спецификой технологии предупреждения конфликтов; • спецификой методов управления конфликтами; • пониманием негативных последствий конфликтных ситуаций; • основными путями выхода из конфликтных ситуаций.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Феноменология конфликта. Объект и предмет конфликта 2. Причины социальных конфликтов и их типология 3. Структура социального конфликта 4. Функции социальных конфликтов 5. Динамика конфликта 6. Конфликты в организации 7. Основы предупреждения конфликтов (профилактика) 8. Конструктивное разрешение конфликтов 9. Переговоры как способ разрешения конфликтов
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет в форме публичной презентации реферата.</p>

Б2. Математический и естественнонаучный цикл

Б2.Б Базовая часть

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Математика и статистика»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **Высшей математики**

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• выработка умения проводить математический анализ прикладных задач;• развитие у студента логического и алгоритмического мышления;• выработка умения самостоятельно расширять и углублять математические знания.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК-4 - способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;• ОК-10 - использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;• ОК-13 - способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: основные формулы, методы и приемы математики; технику постановки и разработки проблем, предполагающих рациональное решение; Уметь: логически мыслить при анализе прикладной проблемы; эффективно использовать аппарат математики при выполнении расчетов; Владеть: использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.
Краткая характеристика	<u>Семестр 1. Элементы линейной алгебры и аналитической геометрии</u> Тема 1. Матрицы. Определители. СЛАУ

<p>учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 2. Векторы Тема 3. Аналитическая геометрия <u>Семестр 2. Введение в математический анализ. Дифференциальное исчисление функций</u> Тема 1. Функция. Предел функции Тема 2. Дифференцирование функций Тема 3. Функции нескольких переменных <u>Семестр 3. Интегральное исчисление функций одной переменной. Обыкновенные дифференциальные уравнения</u> Тема 1. Неопределенный интеграл Тема 2. Определенный интеграл Тема 3. Обыкновенные дифференциальные уравнения <u>Семестр 4. Теория вероятностей и математическая статистика</u> Тема 1. Теория вероятностей Тема 2. Математическая статистика</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрены зачеты по итогам 1, 2 и 3 семестров и зачет с оценкой по итогам 4 семестра. Зачеты выставляются по результатам контрольных работ. Экзамен проводится в устной форме.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Прикладной информатики

Цель изучения дисциплины	Дать студентам целостное представление об информации, информационных системах и технологиях, их роли в развитии общества. Раскрыть возможности технических и программных средств персональных компьютеров и выработать устойчивые навыки работы в среде базовых информационных технологий.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">• ОК-1 – владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;• ОК-3 – готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;• ОК-11 – способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;• ОК-12 – владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;• ОК-13 – способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;• ПК-28 – способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• понятия информатики: данные, информация, знания, информационные процессы, информационные системы и технологии;• физические основы элементной базы компьютерной техники и средств передачи информации; принципы работы технических устройств ИКТ;• назначение современных информационных технологий;• возможности технических и программных средств персональных компьютеров в своей профессиональной деятельности;• информационные угрозы и средства, обеспечивающие информационную безопасность; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения;

	<ul style="list-style-type: none"> • использовать информационные и информационно-образовательные ресурсы Интернет; • использовать интегрированные возможности офисных программ; • реализовать математические вычисления средствами MS Office; • проводить сбор, анализ и обработку информации; • выявлять информационные угрозы и использовать элементарные средства защиты информации; • осуществлять коллективные работы с помощью информационных технологий, в том числе сетевых; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • средствами компьютерной графики (ввод, вывод, отображение, преобразование и редактирование графических объектов с помощью ПК); • основными методами работы с прикладными программными средствами; • навыками работы в глобальной сети Интернет; • инструментами презентации результатов своей деятельности.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Информатика как наука. Аппаратное обеспечение информационных технологий</p> <p>Тема 2. Организация хранения и обработки данных на компьютере</p> <p>Тема 3. Редактирование и форматирование текстов. Работы с таблицами в Word</p> <p>Тема 4. Работа с большими документами. Шаблоны документов</p> <p>Тема 5. Создание и размещение иллюстраций. Дополнительные возможности</p> <p>Тема 6. Презентация как активная форма публичного выступления</p> <p>Тема 7. Подготовка визуальных средств презентации</p> <p>Тема 8. Проведение презентации</p> <p>Тема 9. Интернет. Работа с электронными образовательными ресурсами (ЭОР)</p> <p>Тема 10. Коллективная работа над текстовыми документами в локальной сети</p> <p>Тема 11. Примечания и исправления в текстовых документах</p> <p>Тема 12. Хранение информации в глобальной сети</p> <p>Тема 13. Применение облачных технологий для создания информационных ресурсов в сети</p> <p>Тема 14. Технологии сетевой коллективной работы</p> <p>Тема 15. Основы информационной безопасности. Шифрование и дешифрование документов</p> <p>Тема 16. Электронно-цифровая подпись в документах</p> <p>Тема 17. Функциональные возможности табличного процессора MS Excel</p> <p>Тема 18. Технология работы в табличном процессоре MS Excel</p> <p>Тема 19. Построение диаграмм</p> <p>Тема 20. Средства условного анализа. Сводные таблицы</p> <p>Тема 21. Введение в язык HTML. Размещение на страницах текста и графики</p> <p>Тема 22. Организация перехода между страницами</p> <p>Тема 23. Таблицы в HTML</p> <p>Тема 24. Фреймы</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен экзамен в конце 1, 2 и 3 семестров, который проводится в форме устного опроса.</p>

Б2.В. Вариативная часть

Аннотация

Учебной дисциплины «Финансовая математика»

Направление подготовки 013600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих и коммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре экономики и финансов

Цель изучения дисциплины	Получение студентами представления о применяемом в финансовом количественном анализе математическом аппарате и возможностях его применения для проведения коммерческих и финансовых расчетов.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">● ОК-3 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;● ОК-10 – умением использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;● ОК-13 - способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: <u>Знать:</u> <ul style="list-style-type: none">● финансовую терминологию и модели процентного роста;● инструментальные средства обработки денежного потока, генерируемого финансовым инструментом;● основы процентных расчетов;● основы построения моделей финансовых потоков. <u>Уметь:</u> <ul style="list-style-type: none">● выбрать инструментальные средства для расчета и анализа денежного потока;● применять инструментарий для сопоставления денежных потоков от различных финансовых инструментов,● осуществлять процентные расчеты и строить модели финансовых потоков;● анализировать потоки платежей. <u>Владеть:</u> <ul style="list-style-type: none">● способами начисления процентов в финансовых операциях, сравнения результатов расчетов;● способами построения моделей финансовых потоков;● навыками сопоставления денежных потоков от различных финансовых инструментов.
Краткая	Тема 1. Теория процентов

характеристика учебной дисциплины	Тема 2. Финансовые потоки, ренты Тема 3. Доходность и риски финансовых операций Тема 4. Портфельный анализ Тема 5. Облигации
Форма итогового контроля знаний	Зачет по итогам 4 семестра

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Математические методы в экономике»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Высшей математики

Цель изучения дисциплины	Обучение методологии и методике построения и применения эконометрических моделей для анализа состояния и для оценки закономерностей развития экономических и социальных систем в условиях взаимосвязей между их внутренними и внешними факторами.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">• ОК-10 - использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;• ПК-15 - способен проводить оценку экономических затрат на проекты по информатизации и автоматизации решения прикладных задач;• ПК-17 - способен применять методы анализа прикладной области на концептуальном, логическом, математическом и алгоритмическом уровнях;• ПК-19 - способен анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для решения прикладных задач и создания информационных систем.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные формулы, методы и приемы математики;• технику постановки и разработки проблем, предполагающих рациональное решение; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• логически мыслить при анализе прикладной проблемы;• выбирать адекватную математическую модель для решения поставленных задач;• эффективно использовать аппарат математики при выполнении расчетов; Владеть: <ul style="list-style-type: none">• методами анализа прикладной области на концептуальном, логическом, математическом и алгоритмическом уровнях;• анализом рынка программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для решения прикладных задач и создания информационных систем.
Краткая характеристика учебной	Тема 1. Проблемы обоснования эконометрической модели Тема 2. Методы оценки параметров эконометрической модели Тема 3. Использование эконометрических моделей в прогнозировании и анализе социально-экономических процессов

дисциплины (основные блоки и темы)	
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен экзамен по итогам 3 семестра. Экзамен проводится в форме устного опроса.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Теория вероятностей и математическая статистика»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Высшей математики

Цель изучения дисциплины	Развитие у студентов логического и алгоритмического мышления.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">• ОК-10 - использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;• ОК-12 - владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные формулы, методы и приемы математики;• технику постановки и разработки проблем, предполагающих рациональное решение; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• логически мыслить при анализе прикладной проблемы;• эффективно использовать аппарат математики при выполнении расчетов; Владеть: <ul style="list-style-type: none">• основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;• логическим мышлением для решения прикладных проблем.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 1. Теория вероятностей Тема 2. Математическая статистика
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет по итогам 8 семестра. Зачет проводится в форме устного опроса.

Б3. Профессиональный цикл

Б3. Б Базовая часть

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Основы теории коммуникации»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Магистерская программа **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **связей с общественностью**

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов знаний в области представлений об основных проблемах межкультурной коммуникации; навыков мышления в рамках «мультикультуризма» как позитивного отношения к иным культурам.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">• ПК-9 – базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;• ПК-10 - способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;• ПК-35 – навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: <i>Знать:</i> <ul style="list-style-type: none">• основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта, коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта;<ul style="list-style-type: none">• взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства;• действующие в этом процессе факторы и барьеры эффективной коммуникации;• основные концепции и методы изучения основ теории коммуникации, реализующейся в общении;• типы, виды, формы и модели коммуникации;• условия и факторы коммуникации;

	<ul style="list-style-type: none"> • взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; • содержание и средства речевой коммуникации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; • прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса; • использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям; • применять полученные знания при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации; • учитывать знания об особенностях коммуникации в индивидуальной практике, в том числе речевой; • практически осуществлять все этапы коммуникативного процесса; • исполнять коммуникативную роль в соответствующей коммуникативной ситуации; • базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с точки зрения эффективной коммуникации; • навыками речевой коммуникации; • навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов; • навыками гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Предмет и базовые понятия теории коммуникации</p> <p>Тема 2. Исторические вехи развития коммуникации</p> <p>Тема 3. Структура и теоретические модели коммуникации</p> <p>Тема 4. Функции, типология, каналы и средства коммуникации</p> <p>Тема 5. Участники коммуникации: коммуникативная личность, коммуникаторы, аудитория</p> <p>Тема 6. Семиотические аспекты коммуникации</p> <p>Тема 7. Типы массовой коммуникации</p>

Форма итогового контроля знаний	Экзамен по итогам четвёртого семестра.
--	--

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Гуманитарных дисциплин

Цель изучения дисциплины	Дать систематизированное представление о массовой коммуникации как о предмете научного анализа; познакомить с методами и результатами исследований различных элементов массовой коммуникации.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК-4 - способен находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;• ОК-8 - осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;• ОК-10 - использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;• ПК-3 - владеет знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;• ПК-4 - способен под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;• ПК-5 - владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;• ПК-14 - умеет осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;• ПК-15 - умеет использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;• ПК-22 - способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен 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;• ПК-30 - способен организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и

	<p>разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ПК-31 - способен организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● основные методы исследования содержания сообщений массовой коммуникации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● анализировать сообщения; ● проводить несложные социологические исследования СМК; ● работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● теорией массовой коммуникации и функциях средств массовой коммуникации; ● инструментами анализа современных проблем развития общества в контексте деятельности СМК.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение: массовая коммуникация как предмет научного анализа 2. Современное общество: отличительные черты и тенденции 3. Эволюция теорий массовой коммуникации 4. Массовая коммуникация: структурно-функциональный подход 5. Массовая коммуникация как инструмент деструкции общества 6. Нормативные модели деятельности средств массовой коммуникации 7. Семиология и массовая коммуникация: набор знаков как сообщение и сообщение как знак 8. Методы исследования элементов массовой коммуникации
Форма итогового контроля знаний	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, в форме публичной защиты реферата.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Дать общие понятия о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, познакомить студентов с профессиональной терминологией, с которой им придется сталкиваться в практической деятельности.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">• ОК-8 - осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;• ОК-11 - способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;• ПК-9 - базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;• ПК-22 - способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен 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;• ПК-27 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;• ПК-31 - способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Студент должен: Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные категории, понятия дисциплины и эффективно их использовать в профессиональной деятельности;• основные теоретические подходы к анализу массовых коммуникаций;• механизмы, методы и эффекты воздействия массовых коммуникаций;• методы исследования массовых коммуникаций;

	<ul style="list-style-type: none"> • психологические особенности формирования информационного сообщения для массовых аудиторий; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • аргументированно и доказательно делать выводы о специфике многообразных явлений массовой коммуникации в профессиональной деятельности; • обосновывать свою позицию, а также применять полученные знания при решении профессиональных задач, при разработке социальных проектов, организации межлических отношений в сфере профессиональной деятельности; • эффективно взаимодействовать с большими аудиториями; • исследовать общественное мнение, используя тактики и приемы его управления посредством средств массовой коммуникации; • преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации; • предмет «Психологии массовой коммуникации» и ее роль в деятельности специалиста по связям с общественностью; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами исследования продукции массовых коммуникаций; • пониманием специфики техник, приемов и методик воздействия на массового адресанта.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Психология массовой коммуникации: концепции и подходы. Общение и коммуникация 2. Психология процесса коммуникации: внимание, восприятие, память 3. Психологические эффекты массовой коммуникации 4. Общественное мнение и массовое поведение 5. Стрессоустойчивость как системообразующий компонент формирования готовности к профессиональной деятельности PR-специалиста 6. Эффективность массовой коммуникации
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен экзамен.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Сформировать системное представление о ключевых теоретических концепциях и практических реалиях деятельности масс-медиа в современном конвергентном информационном пространстве.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• ОК-5 – умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;• ОК-6 – стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;• ОК-11 – способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;• ПК-8 - обладает базовыми навыками медиапланирования;• ПК-9 – обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;• ПК-12 - способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;• ПК-24 – владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);• ПК-26 - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры.

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • виды, средства, формы и методы массовых коммуникаций; • предмет теории массовой информации; • структуру массовой коммуникации; • основные формы коммуникации; • основные характеристики массовой коммуникации; • практические аспекты работы в области массовых коммуникаций, специфику работы рекламных и PR агентств, профессиональные требования к специалистам этой отрасли; практические аспекты связи поведения потребителя с рекламой и PR; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планировать и осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; • пользоваться основными положениями и методами теории массовой информации при решении социальных и профессиональных задач. • планировать и организовывать взаимодействие служб медиа, рекламы; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основами теоретической и практической деятельностью в данной сфере, • базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; • навыками мониторинга, анализа материалов СМК для использования в деятельности связи с общественностью и с рекламы; • практическими навыками написания текстов в базовых жанрах СМИ, сообщений рекламы, а также конвергентных текстов.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. История журналистики: основные этапы и направления развития</p> <p>Тема 2. Средства массовой информации в современном мире</p> <p>Тема 3. Журналистское творчество как профессиональная деятельность</p> <p>Тема 4. СМИ в условиях информационного общества</p> <p>Тема 5. Производственные процессы массовой информации</p>
<p>Форма итогового контроля</p>	<p>Экзамен по итогам шестого семестра.</p>

знаний	
---------------	--

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">Освоить основные теоретические положения, а также приобрести практические навыки в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникации.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>Студент должен обладать:</p> <ul style="list-style-type: none">ОК-12 - владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией;ПК-1 – способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;ПК-3 - способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none">основы работы в области интегрированных маркетинговых коммуникаций;методику планирования и осуществления коммуникационных мероприятий, а также критерии оценки их коммуникативной эффективности;принципы построения интегрированных коммуникаций;принципы стратегического и тактического планирования деятельности служб рекламы и связей с общественностью по построению эффективных коммуникаций. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none">аккумулировать и применять на практике знания в области интегрированных маркетинговых коммуникациях;проводить комплексный и ситуационный анализ конкурентной среды организации;разработать проект коммуникационной кампании и

	<p>проконтролировать его осуществление, используя полученные знания.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками экспертной оценки и стратегического планирования; • навыками планирования и организации различного рода рекламных кампаний; • профессиональными приемами работы в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Предмет, научно-категориальный аппарат интегрированных коммуникаций</p> <p>Тема 2. Формирование коммуникативной среды: предмет, основные направления (коммуникация как процесс)</p> <p>Тема 3. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Тема 4. Исследования в интегрированных коммуникациях</p> <p>Тема 5. Интегрированные стратегии коммуникации</p> <p>Тема 6. Реклама в современных социально-экономических условиях</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам шестого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Основы менеджмента»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Магистерская программа **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **управления**

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Формирование у бакалавров целостного понимания о системе управления организацией, включая принципы, методы, средства и формы управления, направленные на повышение эффективности предприятия.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>Студент:</p> <ul style="list-style-type: none">• ОК-1 - владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;• ОК-7 - умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;• ПК-16- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга;• ПК-17 - знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов;• ПК-18 – способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений;• ПК-20 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• объективные тенденции развития современного менеджмента;• закономерности, принципы и методы управления социально-экономическими системами;• методы получения, обобщения и использования управленческой информации при разработке управленческих решений и планов;• основные организационные структуры управления организациями;• основные функции менеджмента и механизмы их реализации в практике управления организациями;

	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; • использовать принципы и методы оптимизации организационного развития, уметь своевременно выявлять внутриорганизационные конфликты и разрабатывать пути их преодоления; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); • современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; • методами формирования и поддержания этичного климата в организации; • методами и основными приемами исследовательской деятельности в процессе совершенствования менеджмента организации.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>1 семестр:</p> <p>Тема 1. Сущность и функции менеджмента</p> <p>Тема 2. Основные школы и концепции менеджмента</p> <p>Тема 3. Организационные структуры и процессы взаимодействия</p> <p>Тема 4. Алгоритм принятия управленческих решений</p> <p>2 семестр:</p> <p>Тема 1. Коммуникация и информация в менеджменте</p> <p>Тема 2. Планирование и стратегия развития организации</p> <p>Тема 3. Организационная структура управления</p> <p>Тема 4. Мотивация деятельности персонала как функция управления</p> <p>Тема 5. Контроль как функция менеджмента</p> <p>Тема 6. Групповая динамика</p> <p>Тема 7. Лидерство в системе менеджмента</p> <p>Тема 8. Управление конфликтами</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам первого и второго семестров.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">Получение студентами знаний о теории и практике защиты человека в чрезвычайных ситуациях и сохранении его здоровья и жизни в различных условиях существования.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ОК-1 - владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;</p> <p>ОК-15 - владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">психофизиологические основы БЖД;опасные и вредные факторы производственной (рабочей) среды и их действие на человека;негативные факторы окружающей среды и их влияние на человека;способы защиты человека от вредных и опасных производственных факторов;основы пожарной безопасности;основы электробезопасности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">идентифицировать факторы производственной среды;выполнять нормирование вредных производственных факторов;применять основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, технику безопасности на производстве;самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения, стремиться к саморазвитию;определять способы защиты от факторов и выполнять технические расчеты. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">доступными способами защиты жизни при авариях, катастрофах, стихийных бедствиях и оказывать помощь другим людям;новыми методами защиты производственного персонала и населения

	от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Чрезвычайные ситуации мирного времени</p> <p>Тема 2. Организация защиты населения в ЧС и ликвидация их последствий</p> <p>Тема 3. Безопасность труда на предприятиях</p> <p>Тема 4. Основы медицинских знаний</p>
Форма итогового контроля знаний	Экзамен по итогам 2 семестра.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Познакомить студентов с теоретическими представлениями об организации и работе PR-отдела, с основными принципами организации информационно -аналитических отделов, PR-отделов, пресс-служб и практических навыков по созданию отделов данного профиля в организациях разных типов.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент обладает: <ul style="list-style-type: none">● ОК-3 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;● ПК-2 - владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;● ПК-7 - обладает базовыми навыками бренд-менеджмента;● ПК-13 - владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;● ПК-19 - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;● ПК-20 – владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации;● ПК-21 – владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;● ПК-25 – способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации;● ПК-26 - способностью участвовать в создании эффективной

	<p>коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные положения важнейших нормативно-правовых документов (российских и международных), регламентирующих деятельность в указанной области; методы и приемы, применяемые PR-специалистами при планировании и программировании работы PR-отдела, при работе с целевыми аудиториями, при оценке эффективности работы PR-отдела; • структуру, функции, задачи и направления деятельности PR-агентств и PR-отделов в организациях разных типов; • основные квалификационные характеристики специальностей в сфере PR. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обобщать существующую практику по организации работы PR-служб в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях; • определять место и роль PR-специалистов в выработке общекорпоративной стратегии организации, раскрывать механизмы взаимодействия с топ-менеджментом организации; • создавать схемы структурно-функциональных PR-подразделений в организациях разных типов, формировать круг должностных обязанностей специалистов, работающих в данном подразделении. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; • навыками в подготовке организационно-распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации; • методологией исследования теоритических проблем\м и практических задач в области связей с общественностью для решения коммуникативных проблем организации.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Семестр 7:</p> <p>Тема 1. PR-отдел в структуре организации: целесообразность и принципы создания</p> <p>Тема 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления: особенности функционирования, основные задачи,</p>

	<p>структура</p> <p>Тема 3. PR-отдел в коммерческих и некоммерческих организациях: особенности функционирования, основные задачи, структура</p> <p>Тема 4. Квалификационные характеристики специалиста PR. Специальности в сфере PR</p> <p><u>Семестр 8:</u></p> <p>Тема 1. Планирование и программирование работы подразделения, ее место в разработке общекорпоративной стратегии</p> <p>Тема 2. Исследовательский сегмент в PR-отделе</p> <p>Тема 3. Аналитический сегмент в работе PR-отдела</p> <p>Тема 4. Творческий сегмент в работе PR-отдела</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам седьмого, восьмого семестров.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Основы маркетинга»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	Освоение современных знаний по теории рынка, его конъюнктуры, маркетинговых исследований и приобретение необходимых практических навыков в области прикладного маркетинга.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">● ПК-4 – способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;● ПК-15 - умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;● ПК-16 -обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга;● ПК-32 - способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">● роль маркетинга в экономическом развитии страны;● экономические основы поведения организаций;● организацию деятельности маркетинговой службы; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">● проводить комплексное исследование товарного рынка и его сегментацию;● формировать товарную политику и рыночную стратегию;● использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации;● использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;

Владеть:

- маркетинговым подходом;
- пониманием основ менеджмента и маркетинга;
- методами маркетинговых исследований.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Формирование у студентов целостного представления о маркетинге как стратегии и тактике рыночной деятельности и специфики маркетинговых исследований, методологии, методики и техники их проведения в конкретной рыночной ситуации.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>Студент обладает:</p> <ul style="list-style-type: none">• ПК-4 – способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях;• ПК-11 - способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;• ПК-29 - компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции;• ПК-30 - способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;• ПК-31 - способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных;• ПК-32 - способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа;• ПК-34 - навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Студент должен:</p> <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• особенности и виды маркетинговых исследований, методологию, методику и технику их проведения принципы ситуационного анализа, стратегии, технологии и инструменты маркетинга;• специфику сбора, измерения и анализа маркетинговой информации;

	<ul style="list-style-type: none"> • методологию, методики, типологию и структуру маркетинговых исследований, системообразующие элементы ценовой политики предприятия; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; • использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; • проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий; • организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации; • подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции; • современными методами и приемами маркетинговых исследований; • навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Понятие маркетингового исследования, его задачи и принципы</p> <p>Тема 2. Принципы информационной работы</p> <p>Тема 3. Источники внутренней информации. Внешние источники информации</p> <p>Тема 4. Опросные методы исследований</p> <p>Тема 5. Классификация маркетинговых исследований</p> <p>Тема 6. Технологии маркетинговых исследований</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт по итогам шестого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Основы связей с общественностью»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Магистерская программа **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **управления**

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Получение студентами базовых представлений о видах, средствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде, роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития Связей с общественностью, (далее как СО)как профессии.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-10 - способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;</p> <p>ПК-14 - умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;</p> <p>ПК-33 - способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.</p>

<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные определения связей с общественностью; • особенности использования технологий связей с общественностью в кризисных и конфликтных ситуациях; • экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения профессии и отрасли бизнеса «публик рилейшнз». <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; • собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы; • сформировать в себе профессионально-личностные качества специалиста по связям с общественностью. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками применения культуры мышления по отношению к своей специальности; • навыками экспертной оценки и стратегического планирования; прикладными методами и методиками анализа.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Сущность и теоретические основы связей с общественностью. Управление связями с общественностью в организации</p> <p>Тема 2. Специальные мероприятия в системе связей с общественностью. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью</p> <p>Тема 3. Использование средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. Реклама в системе связей с общественностью</p> <p>Тема 4. Правовое регулирование рекламной деятельности организации</p> <p>Тема 5. Отношения с потребителями в системе связей с общественностью</p> <p>Тема 6. Защита информации при осуществлении связей с общественностью. Связи с общественностью в кризисных ситуациях</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам третьего семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Теория и практика рекламы»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов системы знаний о рекламной деятельности и ее роли в современных коммуникативных потоках.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-6 - обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга;</p> <p>ПК-12 - способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-23 – способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;</p> <p>ПК-25 - способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации;</p> <p>ПК-28 - способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• теорию коммуникации и уметь применить ее практически;• о правовых основах PR -деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;• реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;• налаживать отношения с СМИ.

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; • навыками литературного редактирования, копирайтинга; • основными средствами и методами воздействия на население.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1 Основные понятия курса. Цели и задачи рекламной деятельности</p> <p>Тема 2. История развития рекламы за рубежом и в России. Проблемы развития отечественного рынка рекламы</p> <p>Тема 3. Содержание и формы рекламной деятельности</p> <p>Тема 4. Классификации рекламы. Реклама коммерческая, социальная, политическая, товарная, имиджевая</p> <p>Тема 5. Организация рекламной деятельности в средствах массовой информации</p> <p>Тема 6. Планирование, бюджет и эффективность рекламной деятельности</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт по итогам шестого семестра.</p>

Б3.В. Вариативная часть.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Брендинг»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов научных представлений о бренде и его потребителе, а также практических навыков создания бренда.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	ПК-7 - обладает базовыми навыками бренд-менеджмента; ПК-14 - умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные принципы и формы современной теории и практики управления брендами в России и за рубежом;• содержание маркетинговой концепции управления; основы маркетинговых коммуникаций. Уметь: <ul style="list-style-type: none">• самостоятельно и правильно оценивать эффективность управления брендами;• проводить комплексную брендинговую политику компаний;• использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;• анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности. Владеть: <ul style="list-style-type: none">• особенностями российской практики управления брендами;• базовыми навыками бренд-менеджмента;• практической деятельностью в области брендинга и ребрендинга;• методами разработки и формирования брендинга.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные	Тема 1. Общее содержания понятия «Брендинг» Тема 2. Бренд-билдинг - разработка бренда Тема 3. Люди и бренды - знакомство с исполнителями и потребителями

блоки и темы)	Тема 4. Brand-development (Развитие бренда) Тема 5. Исследования бренда Тема 6. Стратегическое планирование коммуникаций бренда Тема 7. Планирование эффективных бренд-коммуникаций Тема 8. Контроль компании по формированию бренда и оценка ее эффективности
Форма итогового контроля знаний	Зачёт по итогам шестого семестра.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Пресс-служба»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Дать представление о постоянно расширяющихся и усложняющихся функциях пресс-служб, раскрыть систему социальной ориентации общественности посредством информирования, определить условия успешной деятельности пресс- служб.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-2 - владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;</p> <p>ПК-9 - обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;</p> <p>ПК-24 - владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• сущностные функции рекламы, процесс рекламной деятельности, виды рекламы, реклама в периодической печати, реклама на радио, реклама на телевидении, реклама в Интернете, организация работы рекламных структур в СМИ;• специфику деятельности структур по связям с общественностью в редакционном коллективе;• роль медиасистем в обществе, социальные функции медиасистем, механизмы и принципы функционирования, типологию, аудиторию, контент, проблемы эффективности, современную практику, тенденции развития, отечественные и зарубежные медиаконцепции. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ проводить комплексную брендинговую политику компаний;

	<ul style="list-style-type: none"> • готовить текстовые и аудиовизуальные материалы для публикации в СМИ; • планировать проведение пресс-конференций, пресс-туров и других мероприятий для прессы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; • базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; • навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Пресс-служба в контексте исторического развития знаний о личности, обществе, коммуникационных процессов</p> <p>Тема 2. Правовые основы деятельности пресс-служб в отечественном опыте</p> <p>Тема 3. Методология организации деятельности пресс-служб в различных сферах социальной коммуникации</p> <p>Тема 4. Психологический аспект деятельности пресс-служб</p> <p>Тема 5. Методы социологического исследования в деятельности пресс-служб</p> <p>Тема 6. Деловая коммуникация в специфике организаций, предприятий, государственной службы и органов власти</p> <p>Тема 7. Социология коммуникативных процессов в деятельности пресс-служб</p> <p>Тема 8. Правовые основы организации и аккредитации деятельности иностранных журналистов в РФ</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт по итогам шестого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Основы медиапланирования»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Магистерская программа **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **связей с общественностью**

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">Освоение принципов и алгоритмов медиапланирования как одной из составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний, рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию, их характеристики в качестве средств рекламы.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-8 - обладает базовыми навыками медиапланирования;</p> <p>ПК-24 - владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">роль массовых коммуникаций на разных этапах развития общества;теоретические аспекты исследований воздействия массовых коммуникаций;основы медиапланирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">планировать рекламные кампании с использованием различных средств распространения рекламы;составлять медиаплан;рассчитывать рекламный бюджет. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">базовыми навыками медиапланирования;навыками использования полученных знаний в профессиональной деятельности;навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и	<p>Тема 1. Стратегическое и тактическое медиапланирование</p> <p>Тема 2. Медиаметрия – основные направления</p> <p>Тема 3. Параметры медиапланирования</p>

темы)	Тема 4. Особенности изучения теле-, радиоаудитории Тема 5. Экономические основы медиапланирования Тема 6. Характеристика системы средств массовой коммуникации (СМК) как основного рекламоносителя
Форма итогового контроля знаний	Зачет по итогам восьмого семестра.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Основы репутационного менеджмента»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-19- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p>ПК-30 - способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• основы профессионального имиджмейкинга, особенности формирования имиджа в сопоставлении с другими сходными понятиями, основы коммуникативных технологий и технологий формирования имиджа;• как находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях;• средства защиты от коммуникативных манипуляций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации;• критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков; оперативно принимать решения в кризисных ситуациях;• использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для грамотного формирования репутации организации или индивида (политика, руководителя, предпринимателя);• использовать ресурсы сознания и подсознания людей для

	<p>формирования нужного образа.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации; • навыками работы в глобальных компьютерных сетях; • навыками к восприятию, обобщению, анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; • навыками комплексного использования психотехник в формировании мнения о человеке, фирме, системе.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Понятие деловой репутации</p> <p>Тема 2. Параметры деловой репутации</p> <p>Тема 3. Создание информационной основы репутации</p> <p>Тема 4. Технологии управления деловой репутацией компании</p> <p>Тема 5. Технологии управления деловой репутацией руководителя</p> <p>Тема 6. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам восьмого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих структурах»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Магистерская программа **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **управления**

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка бакалавров для работы в отделах по связям с общественностью коммерческих организаций, в круг функциональных обязанностей которых входят следующие основные функции: мониторинг факторов внутренней и внешней среды хозяйственной организации.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-11 - способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий</p> <p>ПК-12 - способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;</p> <p>ПК-28 - способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• специфику организации коммуникационной деятельности бизнес-структуры и в отдельно финансовой структуры;• методы организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития финансового рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции бизнес-структуры и в отдельно финансовой структуры. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• организовать и проводить рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции бизнес-структуры и в отдельно финансовой структуры;• создать эффективную коммуникационную инфраструктуру бизнес-структуры и в отдельно финансовой структуры, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями,

	<p>коммерческими структурами, средствами массовой информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> • организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); • навыками по сбору и анализу полученных данных.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Семестр 7:</p> <p>Тема 1. Понятие и содержание коммерческой деятельности в рекламе</p> <p>Тема 2. Организация хозяйственных связей в коммерческой деятельности рекламного агентства</p> <p>Тема 3. Организация рекламного агентства</p> <p>Тема 4. Экономическая сущность и место стимулирования продаж в комплексе продвижения товаров на рынке</p> <p>Тема 5. Мерчандайзинг как инструмент стимулирования продаж в розничном торговом предприятии</p> <p>Семестр 8:</p> <p>Тема 1. Договорные отношения между рекламопроизводителями и рекламодателями</p> <p>Тема 2. Особенности стимулирования продаж в электронной торговле</p> <p>Тема 3. Системный подход и оценка эффективности стимулирования продаж в торговле</p> <p>Тема 4. Государственное регулирование коммерческой деятельности рекламного агентства</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт по итогам седьмого семестра, экзамен по итогам восьмого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Рекламный текст»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Гуманитарных дисциплин

Цель изучения дисциплины	Дать представление об основных приемах оформления рекламных текстов разных жанров и формирование у студентов навыка эффективной письменной коммуникации, умения продуцировать рекламные тексты различной жанровой и стилевой направленности.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ПК-5 - владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;• ПК-6 - обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга;• ПК-12 - способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;• ПК-28 - способен организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	знать: <ul style="list-style-type: none">• характеристики стилей речи;• функциональное значение стилей;• основные правила построения рекламного текста;• закон о рекламе; уметь: <ul style="list-style-type: none">• различать стили речи и уметь использовать их при создании

	<p>текстов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • учитывать ситуацию и цель рекламного сообщения, • корректировать речь в зависимости назначения рекламного текста; • делать правильный стилистический выбор книжной и разговорно-просторечной лексики; • соблюдать правила русского речевого этикета для эффективности рекламного сообщения; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • языковыми инструментами рекламного сообщения.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные вербальные составляющие рекламного текста. Место языка рекламных текстов среди других функциональных разновидностей литературного русского языка 2. Интралингвистические особенности рекламного текста 3. Стилистика рекламы 4. Полисемиотичность рекламного текста 5. Приемы речевого воздействия 6. Тексты различных средств рекламы. Проблематика истинных и ложных целей рекламной коммуникации 7. Экспертная оценка рекламного текста 8. Культура речи в рекламной деятельности 9. Основы редактирования рекламных текстов
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен экзамен в форме устного ответа.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Учет и анализ»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре экономики и финансов

Цель изучения дисциплины	изучение теоретических основ и механизма учетно- аналитического обеспечения деятельности организации для целей управленческого учета.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	ПК-17 - знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов; ПК-20 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none">• проблемы внедрения управленческого учета;• стандарты, правила и рекомендации;• современные технологии управления;• основы бюджетирования и контроль затрат. Уметь: <ul style="list-style-type: none">• самостоятельно осуществлять текущее аналитическое обеспечение предпринимательства для целей управленческого учета в организации;• проводить расчеты по анализу и планированию управленческого учета;• использовать приемы оптимизации ведения управленческого учета. Владеть: <ul style="list-style-type: none">• умением применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические финансовые и организационно-управленческие модели;• способностью применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации;• навыками составления финансовой отчетности и осознанием влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации;• способностью проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений.
Краткая характеристика	Тема 1. Общая характеристика и содержание бухгалтерского учета Тема 2. Предмет и метод бухгалтерского учета Тема 3. Бухгалтерский баланс, его содержание и назначение

учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Тема 4. Бухгалтерские счета и двойная запись Тема5. Документация и инвентаризация Тема 6. Бухгалтерский учет процесса снабжения Тема 7. Бухгалтерский учет процесса производства Тема 8. Бухгалтерский учет процесса продаж
Форма итогового контроля знаний	Экзамен по итогам 3 семестра.

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Экономика предприятия»

Направление подготовки 013600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих и коммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре экономики и финансов

Цель изучения дисциплины	изучение теории и практики хозяйственной деятельности предприятий, их взаимодействия с другими участниками экономического процесса.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	ПК-17 - знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов; ПК-18 - способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений; ПК-20 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<u>Студент должен знать :</u> <ul style="list-style-type: none">- общие основы экономики предприятия;- основные технико-экономические показатели работы предприятия и его структурных подразделений;- направления эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. <u>Студент должен уметь:</u> <ul style="list-style-type: none">- использовать нормативные правовые документы в профессиональной деятельности;- рассчитывать технико-экономические показатели деятельности предприятия;- рассчитывать показатели производственно-хозяйственной деятельности цеха, участка;- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;- определять экономическую эффективность от внедрения организационно-технических мероприятий. <u>Студент должен владеть:</u> <ul style="list-style-type: none">- знаниями о принципах рыночной экономики;- знаниями об основных аспектах экономической деятельности предприятия;

	<ul style="list-style-type: none"> - стандартными теоретическими и эконометрическими моделями; - навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации
Краткая характеристика учебной дисциплины	<p>Раздел I. Предпринимательство (организация)</p> <p>Тема 1. Краткая характеристика и классификация предприятий</p> <p>Тема 2. Структура предприятия</p> <p>Тема 3. Внутренняя и внешняя среда предприятия</p> <p>Тема 4. Юридические лица: правоспособность, реорганизация и ликвидация</p> <p>Раздел II. Прибыль предприятия (фирмы) и рентабельность производства</p> <p>Тема 5. . Прибыль предприятия (фирмы): сущность, виды, методы планирования</p> <p>Тема 6. Прибыль предприятия (фирмы). Механизм формирования, распределения и налогообложения</p> <p>Тема 7. Рентабельность продукции, производства, капитала, продаж. Сфера применения, взаимосвязи</p> <p>Раздел III. Экономический механизм деятельности предприятия</p> <p>Тема 8. Ценовая политика предприятия и методы её реализации</p> <p>Тема 9. Инвестиционная деятельность предприятия</p> <p>Тема 10. Внешнеэкономическая деятельность предприятия</p> <p>Раздел IV. Банкротство предприятий</p> <p>Тема 11. Сущность банкротства</p> <p>Тема 12. Процедуры банкротства. Предупреждение банкротства</p>
Форма итогового контроля знаний	<p>Зачет по итогам 5 семестра</p> <p>Экзамен по итогам 6 семестра</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Визуальная культура»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Дизайна

Цель изучения дисциплины	Знакомство студентов с содержанием современной визуальной культуры и визуальной коммуникацией.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• ОК-1 - владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;• ОК-14 - владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного;• ПК-1 – способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;• ПК-6 - обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• основные понятие, представления и тенденции в области визуальной культуры;• об основных направлениях изобразительной практики;• о профессиональной культуре и профессиональных нормах в сфере изобразительного искусства и визуальной коммуникации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• осуществлять выбор техник, приемов и материалов в соответствии с конкретными практическими задачами;• решать задачи моделирования и создания информационного

	<p>сообщения и визуального послания;</p> <ul style="list-style-type: none"> • выделять средства визуализации и визуальной коммуникации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основными инструментами визуальной коммуникации; • методами анализа объектов визуальной культуры; • навыками представления результатов исследования; • способностями анализировать социально-значимые проблемы и процессы в сфере телевидения, СМИ, кинематографа, пониманием сущности информации; • навыками аргументированного изложения своей позиции по ключевым вопросам визуальной культуры в устной и письменной форме.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Зрелищный характер устройства современного общества Тема 2. Эволюция вещного мира и общества потребления Тема 3. Визуализация как стилевая характеристика современной культуры Тема 4. Каталогизация визуальных приемов как условие технологизации Тема 5. Основные этапы становления дизайна Тема 6. Принципы представления графической информации. Основные единицы языка зрительных образов Тема 7. Виртуальная реальность Тема 8. Особенности «экранный культуры» Тема 9. Эстетические особенности видеорекламы</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен экзамен по итогам 5 семестра, который проводится в форме выполнения индивидуального задания.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных и PR-кампаний.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-24 - владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <p>ПК-25 - способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации;</p> <p>ПК-29 - обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• основы проведения рекламных и PR-кампаний;• этапы подготовки, планирования, реализации, оценки эффективности кампаний;• способы анализа результатов проведенных мероприятий;• особенностей рекламных и PR-кампаний в различных сферах общественной жизни. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• разрабатывать планы организации рекламных и PR-кампаний;• осуществлять эффективную коммуникационную деятельность в ходе проведения событийных мероприятий;• анализировать полученные результаты и представлять их в виде отчетов;• планировать бюджет проводимых мероприятий. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">• технологиями организации рекламных и PR-кампаний;• компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его

	<p>емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции;</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Понятие и основные форматы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема 2. Проектирование рекламных и PR-кампаний</p> <p>Тема 3. Анализ ситуации и постановка целей кампании</p> <p>Тема 4. Изучение целевой аудитории</p> <p>Тема 5. Стратегия и тактика планирования рекламной и PR-кампаний</p> <p>Тема 6. Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной и PR-кампании</p> <p>Тема 7. Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных и PR-кампаний</p> <p>Тема 8. Оценка эффективности проекта рекламной и PR-кампании</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам пятого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Раскрыть сущность и роль права как совокупности норм, регулирующих общественные отношения, которые возникают в связи с рекламной деятельностью в средствах массовой информации, созданием и использованием рекламных материалов для средств массовой информации, ответственностью за легитимность их создания и размещения, а также в связи с созданием, функционированием и закрытием организаций рекламно-информационных средств массовой информации, с профессиональной деятельностью пиарщиков, рекламистов, копирайтеров, редакторов и журналистов в Российской Федерации и зарубежных странах.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ОК-5 - умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;</p> <p>ОК-11 - способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;• основные правовые законы о рекламе;• международные законодательные акты и федеральные законы РФ, механизмы их применения в рекламе, журналистике и связях с общественностью, их особенности, процедуры, тенденции. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;• выделять специфику каждого из видов рекламы, с учетом правовых,

	<p>национальных и прочих особенностей;</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять положения Международных законодательных актов и Федеральных законов РФ, использовать механизмы их применения в рекламе, журналистике и связях с общественностью, знать их особенности, процедуры, тенденции, понимать права и обязанности всех участников профессиональной деятельности в средствах массовой информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками практического использования законодательных механизмов регулирования рекламно-информационной деятельности СМИ; • навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии; • базовыми приёмами анализа понятийного аппарата.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Понятие и значение рекламы</p> <p>Тема 2. Предмет и метод правового регулирования рекламной деятельности</p> <p>Тема 3. Принципы правового регулирования рекламной деятельности. Источники правового регулирования рекламной деятельности</p> <p>Тема 4. Субъекты рекламной деятельности</p> <p>Тема 5. Особенности договоров, заключаемых субъектами рекламной деятельности в процессе производства, размещения и распространения рекламы</p> <p>Тема 6. Общие требования к рекламе</p> <p>Тема 7. Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам пятого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Управление в связях с общественностью»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре связей с общественностью

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">сформировать у студентов системный комплекс теоретических знаний, практических навыков и умений в области управления связями с общественностью в государственных учреждениях и структурах, органах местного самоуправления, коммерческих организациях.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-18 способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений;</p> <p>ПК-19 - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">управленческие функции, осуществляемые в связях с общественностью и методы их реализации;направления PR-деятельности, реализующие управленческие функции;виды информационно-пропагандистских кампаний, основные методы, технологии и инструменты планирования и организации информационно-пропагандистских кампанийэкономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения профессии и отрасли бизнеса «публичных релейшнз». <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений;определять цели и задачи PR-деятельности во властных структурах и коммерческой сфере;выделять целевые и ключевые аудитории в конкретных коммуникативных ситуациях;формировать эффективные внутренние коммуникации, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивировать сотрудников на активную деятельность и развитие

	<p>организации, осуществлять работу по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • базовыми навыками осуществления функций по связям с общественностью в государственных и коммерческих структурах по вопросам развития эффективных отношений с целевыми группами общественности и значимыми лицами; • навыками планирования и организации информационно-пропагандистских кампаний в области связей с общественностью; • технологиями оценки эффективности коммуникативных процессов в определенных социальных и коммуникативных ситуациях; • первоначальными навыками создания PR-текстов и документов, используемых в государственной и коммерческой сфере.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Тема 1. Профессиональная культура специалиста по связям с общественностью</p> <p>Тема 2. Основные организационные структуры в связях с общественностью</p> <p>Тема 3. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR-деятельности</p> <p>Тема 4. Исследования в области связей с общественностью</p> <p>Тема 5. СМИ и связи с общественностью</p> <p>Тема 6. Технологии связей с общественностью в политике, экономике и социальной сфере.</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам пятого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Управление проектами в области профессиональной деятельности»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Дать студентам представление об основополагающем наборе сведений в области управления проектами, овладение теорией и практикой управления проектами.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-18 - способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений;</p> <p>ПК-23 - способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;</p> <p>ПК-25 - способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• сущность и цели управления проектами;• современные основы проектного управления;• методические подходы к реализации проекта;• принципы формирования команды;• последовательность действий при планировании организационных изменений;• современные концепции управления проектами (УП), базовые элементы, подсистемы и процессы УП. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией проекта;• обосновывать управленческие решения в области проектирования организационных структур управления проектами;• сравнивать и анализировать альтернативные варианты планов и управленческих решений по распределению функций управления;• анализировать целесообразность выполняемых функций по управлению проектами;• обосновывать управленческие решения в области управления

	<p>проектами.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками принятия управленческих решений; • навыками планирования и организации выполнения работ по проекту; • навыками объединения сотрудников, налаживания психологического микроклимата; • навыками проектирования моделей организационных структур управления проектами; • методами анализа эффективности действующих организационных структур управления проектами; • теоретическими основами управления проектами; • методами управления проектными командами и мониторинга выполнения проекта; • навыками подбора, создания и управления командами в проекте организационных изменений.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Основные положения управления проектами</p> <p>Тема 2. Жизненный цикл проекта. Субъекты и объекты проектной деятельности. Организационная структура управления проектами</p> <p>Тема 3. Инициация и планирование проекта. Управление предметной областью проекта</p> <p>Тема 4. Управление проектом по временным параметрам. Сетевые модели</p> <p>Тема 5. Управление стоимостью и коммуникациями проекта</p> <p>Тема 6. Документооборот и информационные системы в проекте. Стандарты в управлении проектами</p> <p>Тема 7. Управление качеством проекта</p> <p>Тема 8. Риски проектной деятельности и управление рисками</p> <p>Тема 9. Реализация, мониторинг и контроль проекта</p> <p>Тема 10. Формирование команды проекта. Функции менеджера проекта</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам шестого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Организация бизнеса»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">Формирование знаний об особенностях организации бизнеса различных форм собственности и направлений деятельности.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-19 - способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p>ПК-20 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">основные применяемые в малом и среднем бизнесе системы налогообложения;сущность и составляющие себестоимости;формы рынка и конкуренции;особенности организации бизнеса различных форм собственности;виды организационно-правовых форм и их отличительные особенности;структуру и направления регулирования государственных органов, контролирующих регистрацию бизнеса. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">рассчитывать себестоимость организации;определять пределы применения ставок и режимов налогообложения;выявлять наиболее подходящую под каждую конкретную ситуацию организационно-правовую форму;определять и заполнять необходимые для регистрации компания документы и формы отчетности;выбирать наиболее оптимальную систему налогообложения организации.

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методическим аппаратом организации бизнеса; • навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; • навыками самостоятельной работы.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Общая характеристика предпринимательства</p> <p>Тема 2. Типология предпринимательства</p> <p>Тема 3. Субъекты, объекты и типы бизнеса</p> <p>Тема 4. Виды предпринимательского бизнеса. Производственный бизнес</p> <p>Тема 5. Организационно-правовые формы создания бизнеса</p> <p>Тема 6. Внутрифирменное предпринимательство: сущность, цели и основные направления реализации</p> <p>Тема 7. Риски в бизнесе</p> <p>Тема 8. Индивидуальный предприниматель</p> <p>Тема 9. Предприниматель как субъект экономического процесса</p> <p>Тема 10. Инновационное предпринимательство</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Экзамен по итогам шестого семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Общая коммуникационная подготовка»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Ознакомление с теорией массовой и межличностной коммуникации как видом деятельности и социальным процессом.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-26 - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры;</p> <p>ПК-27 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• сущность и значение информации в развитии современного информационного общества,• сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе;• актуальные проблемы коммуникаций;• 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>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;• критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">• культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее

	<p>достижения; владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;</p> <ul style="list-style-type: none"> • базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Исторические вехи возникновения, развития коммуникации и становления коммуникологии</p> <p>Тема 2. Разновидности коммуникаций. Межличностные, специализированные и массовые коммуникации</p> <p>Тема 3. Коммуникативные процессы</p> <p>Тема 4. Коммуникаторы и коммуниканты в системе социальной коммуникации</p> <p>Тема 5. Содержание, средства и язык коммуникации</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт с оценкой по итогам второго семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Логика»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре Гуманитарных дисциплин

Цель изучения дисциплины	Формирование культуры мышления студентов.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК-7 - умеет критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;• ОК-9 - использует основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы.• ПК-5 - владеет основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none">• основные понятия и законы логики;• виды аргументации;• правила доказательства и аргументации;• формы организации знания: проблема, гипотеза, теория; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• понимать речь другого и строить свою речь аргументированно и ясно;• применять методологию логического анализа;• использовать логические операции и нормы при составлении текстов любой степени сложности;• мыслить и высказываться в соответствии с логическими схемами доказательства и опровержения; Владеть: <ul style="list-style-type: none">• умением последовательного формирования наступательной стратегии мыслительной деятельности, являющейся основной в профессиональной деятельности любого специалиста;• нормами задачно-поисковой деятельности (проблема – гипотеза – схема – решение), инструментами выстраивания логических оснований личной позиции в различных «полях» аргументирования (доклад, дискуссия, диспут).

<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Тема 1. Предмет практической логики. Понятие понятия Тема 2. Логические операции с понятиями Тема 3. Построение определений Тема 4. Логический анализ текста Тема 5. Понятие. Логические операции с понятиями Тема 6. Понятие и виды аргументации Тема 7. Теория аргументации и риторика Тема 8. Основные логические законы. Простые и сложные суждения . Тема 9. Доказательство и опровержение . Тема 10. Теория и практика аргументации Тема 11. Стратегия и тактика ведения дискуссии развивающееся отношение человека к миру. Тема 12. Итоговая дискуссия. Анализ проведенной дискуссии</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет с оценкой по итогам семестра, который проводится в форме дебатов.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Экономическое обоснование проектов в сфере рекламы»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре экономики и финансов

Цель изучения дисциплины	получение способности обоснования эффективности проекта с экономической точки зрения.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-23 - способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;</p> <p>ПК-24 - владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <p>ПК-29 - обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• содержание концепции экономического обоснования проектов в сфере рекламы;• методы, используемые в экономическом обосновании проектов;• среду экономического обоснования проектов;• международные стандарты в области экономического обоснования проектов;• системы поддержки экономического обоснования проектов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">• разрабатывать структуру экономического обоснования проектов;• выполнять расчеты, связанные с выполнением разделов и показателей экономического обоснования проектов;• использовать основные инструменты системного подхода к реализации проекта;• применять методики контроля экономического осуществления проекта;• комплексно использовать методики и инструменты финансового анализа и экономического прогнозирования при реализации проекта. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">• методами определения экономической эффективности проектов;• навыками количественного и качественного анализа для экономического обоснования проектов, расчетов показателей экономической эффективности проектов с использованием современного программного обеспечения;

	<ul style="list-style-type: none"> • навыками подготовки проектной документации; • компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p><u>Семестр 7</u></p> <p>Тема 1. Понятие, цели, задачи и классификация проектов</p> <p>Тема 2. Цель, назначение, функции бизнес-плана и методика его разработки</p> <p>Тема 3. Разработка раздела бизнес-плана «Описание и обновление идеи проекта»</p> <p>Тема 4. Разработка раздела бизнес-плана «Анализ рынка»</p> <p>Тема 5. Понятие, субъекты и объекты рекламной деятельности, ее правила, концепции и цели</p> <p>Тема 6. Основные составляющие рекламного процесса, функции, роли и методы рекламы</p> <p>Тема 7. Товарные знаки в рекламной деятельности</p> <p><u>Семестр 8</u></p> <p>Тема 8. Организация рекламной деятельности в средствах массовой информации</p> <p>Тема 9. Разработка плана маркетинга</p> <p>Тема 10. Планирование, бюджет и эффективность рекламной деятельности</p> <p>Тема 11. Основы управления проектами</p> <p>Тема 12. Управление человеческими ресурсами проекта</p> <p>Тема 13. Управление рисками проекта</p> <p>Тема 14. Управление стоимостью проекта</p>
Форма итогового контроля знаний	<p>Зачет по итогам 7 семестра.</p> <p>Экзамен по итогам 8 семестра.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины «Управление малым бизнесом»

Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»

Программа разработана на кафедре управления

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">Подготовка студентов, владеющих теоретическими и практическими навыками в области эффективного управления предприятиями малого бизнеса.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ОК-3 - готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе.</p> <p>ПК-21 - владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p> <p>ПК-22 - способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен 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>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">современные методы экономического анализа;механизм создания малого предприятия;процедуру государственной регистрации создаваемой организации как малого предприятия;постановка юридического лица (или индивидуального предпринимателя) на учет в налоговом органе;входные знания о закономерностях функционирования современной экономики на макро- и микроуровне. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">формировать прогнозы развития конкретных экономических процессов на микро- и макроуровне;пользоваться экономической литературой и самостоятельно повышать свой уровень знаний;участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">навыками самостоятельной исследовательской работы;навыками организационно-управленческой работы с малыми

	<p>коллективами;</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками, необходимым для организации эффективной деятельности производственной фирмы; • методикой и методологией проведения научных исследований в профессиональной сфере.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)</p>	<p>Семестр 7:</p> <p>Тема 1. Роль предпринимательства в развитии малого бизнеса</p> <p>Тема 2. Зарубежный опыт развития малого бизнеса и возможности его использования в предпринимательстве</p> <p>Тема 3. Типология предпринимательства</p> <p>Тема 4. Особенности функционирования малых предприятий</p> <p>Тема 5. Место малого бизнеса в экономике</p> <p>Семестр 8:</p> <p>Тема 1. Организационно-правовые формы предприятий</p> <p>Тема 2. Создание малых предприятий</p> <p>Тема 3. Бизнес-план, цели, задачи и значение бизнес-планирования в рыночных условиях</p> <p>Тема 4. Экономическая и социальная эффективность предпринимательства</p> <p>Тема 5. Организация производственного процесса на предприятии. Управление малым предприятием</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачёт по итогам седьмого семестра, экзамен по итогам восьмого семестра.</p>

Б4. Физическая культура

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Физическая культура»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль **«Реклама и связи с общественность в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **физической культуры**

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Целью физического воспитания в первый год обучения является: самоорганизация, дисциплина, овладение технологией физического самосовершенствования для ведения активного и здорового образа жизни при наличии необходимого волевого напряжения, энергетизма, способности работать на экстремуме деятельности.• Во второй год обучения целью становится – самоопределение, обеспечение контроля индивидуальной психофизической подготовки и тренинга студентов, ориентированных на бизнес-подготовку высокого уровня.
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	ОК-16 – владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p><u>1 год обучения:</u></p> <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• основные средства физической культуры и технологии их использования;• основы самоконтроля за самочувствием. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• проводить тестирование уровня физической подготовленности;• составлять и проводить с группой комплексы упражнений, направленных на развитие определенного физического качества (по заданию преподавателя);• «с ходу» осваивать новые средства физической и психо-соматической тренировки;• применять навыки ситуативного подбора и использование средств и методик физического воспитания и психо-соматической подготовки (в режимах мобилизации, восстановления и длительных усилий в учебной и практической деятельности).• разрабатывать индивидуальные планы и использовать их как механизм организации жизнедеятельности и индивидуального опыта. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепления психофизического состояния организма. <p><u>2 год обучения:</u></p> <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• основные принципы и механизмы работы с психо-соматикой;

	<ul style="list-style-type: none"> • принципы организации жизнедеятельности и методы тренажерной подготовки; • основные особенности управленческой деятельности и требования, предъявляемые к психофизическому уровню управленца; • основные особенности и требования фитнес- тренировок по моделированию и совершенствованию психо- соматического уровня управленцев. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать основные методы индивидуальной работы по моделированию психофизического состояния в соответствие с требованиями, предъявляемыми окружающей средой; • работать с техниками ситуативного подбора и использовать средства психофизической подготовки в режимах мобилизации, восстановления и длительных усилий в учебной и практической деятельности; <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • основами самоконтроля при занятиях физической культуры и спорта; • индивидуальным набором средств физических и психо-соматических тренировок.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Тема 1. ОФП и СФП (общая и специальная физическая подготовка)</p> <p>Тема 2. Легкая атлетика.</p> <p>Тема 3. Баскетбол.</p> <p>Тема 4. Волейбол.</p> <p>Тема 5. Футбол.</p> <p>Тема 6. Русская лапта</p> <p>Тема 7. Лыжная подготовка.</p> <p>Тема 8. Аэробика.</p> <p>Тема 9. Спортивное ориентирование.</p> <p>Тема 10. Стрельба из пневматической винтовки</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Зачет по итогам 1-4 семестров.</p>

АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Эффективные переговоры»**

Направление подготовки **031600.62 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль **«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»**

Программа разработана на кафедре **Связей с общественностью**

Цель изучения дисциплины	Овладение студентами основными технологиями профессионального общения (стратегии и эффективные тактики переговорного процесса).
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	Студент: <ul style="list-style-type: none">• ОК-2 - умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;• ОК-3 – готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе;• ОК-6 - стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;• ОК-7 - умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков;• ПК-5 - владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;• ПК-9 - обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: <ul style="list-style-type: none">• основы гуманитарных, социальных и экономических дисциплин;• виды речи, правила речевого этикета; Уметь: <ul style="list-style-type: none">• логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.• использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении;• применять полученные знания путем обобщения и презентирования в виде доклада;• самостоятельно анализировать социально-политическую, экономическую и научную литературу;• применять соответствующую терминологию; Владеть:

	<ul style="list-style-type: none"> • основами речи, законами композиции и стиля, приемами убеждения; • способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах; • способностью к критике, самокритике.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	<p>Тема 1. Теория и практика переговорного процесса</p> <p>Тема 2. Техники переговорной практики</p> <p>Тема 3. Тактики ведения переговоров в условиях конфронтации</p> <p>Тема 4. Стратегии прорыва в переговорах</p> <p>Тема 5. Международные переговоры как средство дипломатии</p> <p>Тема 6. Практика проведения международных переговоров</p>
Форма итогового контроля знаний	Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, который проводится в форме итоговой деловой игры.