

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебной и методической работе



/В.Г. Шубаева

«29» *сентября* 20 20 г.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Стратегические коммуникации в бизнесе
Уровень высшего образования	магистратура
Форма обучения	очная
Год набора	2020

Санкт-Петербург
2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК	3
УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ	3
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.....	3
СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ	4
МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	4
ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	4
ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ	5
ТЕХНОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ	6
РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ	6
УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ/ОТДЕЛОМ.....	6
РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ КОНТЕНТА.....	7
ИССЛЕДОВАНИЯ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ.....	7
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ.....	7
КОПИРАЙТИНГ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ.....	8
ИНТЕРНЕТ-КОПИРАЙТИНГ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ.....	8
СОБЫТИЙНЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ	8
АНТИКРИЗИСНЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ	9
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ КОМПАНИИ	9
КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ БИЗНЕС- КОРПОРАЦИЙ.....	9
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА БИЗНЕС-СТРУКТУРЫ.....	10
СТЕЙКХОЛДЕР РИЛЕЙШЕНЗ БИЗНЕС-СТРУКТУРЫ	10
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ	10
ТЕХНОЛОГИИ ПУБЛИЧНОГО ПРЕЗЕНТИРОВАНИЯ	11

Наименование дисциплины	ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
Цель дисциплины	Формирование у обучающихся навыков осуществления межкультурной коммуникации на изучаемом иностранном языке с позиций мультикультурализма. Цель дисциплины предполагает изучение специфики академического и профессионального взаимодействия на иностранном языке, а также рассмотрение современных коммуникативных технологий в межкультурной коммуникации в профессиональной и академической сферах. Дисциплина направлена на формирование у обучающихся навыков восприятия, анализа и критической оценки устной и письменной деловой информации на русском и изучаемом иностранном языке для выработки коммуникативно приемлемого стиля делового общения как с помощью вербальных, так и с помощью невербальных средств взаимодействия с партнерами.
Тематическая направленность дисциплины	Training for journalism. The media man - a jack of all trades? The media in the modern world. News. Audiences. Interviews. Diary news events: press conferences, meetings, speeches. Media writing and journalistic genres. Newspapers and magazines. Television and radio. Wire and electronic sources of news. Freedom of the press.
Кафедра	Кафедры иностранных языков

Наименование дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ
Цель дисциплины	Сформировать у обучающихся представление об особенностях применения теории и методологии проектного управления в коммуникационных проектах.
Тематическая направленность дисциплины	Теоретические основы и социально-психологическая сторона управления коммуникационными проектами. Управление коммуникационным проектом на различных фазах – от инициации до завершения. Жизненный цикл коммуникационных проектов. Формирование команды в коммуникационных проектах. Внутренние и внешние коммуникации в проектах в сфере рекламы и связей с общественностью. Подготовка к реализации коммуникационного проекта. Инициация и разработка проекта. Формализация проектных данных на начальном этапе работы над проектом. Корректировка плана коммуникационного проекта: методы и аспекты. Представление проекта внутренним и внешним аудиториям, согласование ключевых характеристик проекта, утверждение плана. Контроль за ходом реализации проекта. Анализ данных об исполнении графика и бюджета. Формирование отчетов по проекту. Сжатое представление внешним и внутренним аудиториям сведений о ходе реализации проекта.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Цель дисциплины	Сформировать у обучающихся представление о современных и актуальных проблемах массовых коммуникаций, о тенденциях и их роли в обществе.
Тематическая направленность	Теория массовых коммуникаций. Соотношение понятий СМИ и СМК. Культура потребления информации субъекта массовой

дисциплины	коммуникации. Специфика сбора, обработки и передачи информации в современном обществе. Информация: факты и мнения. Личность коммуникатора. СМИ и СМК как инструмент и поле информационного противоборства в XX-XXI веке. Правовые и этические принципы свободы СМИ. Социологические методы исследования массовой коммуникации и массовой информации. Реклама в средствах массовой информации. Национальные особенности функционирования СМК и СМИ (на примере РФ и других стран).
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	СОВРЕМЕННАЯ МЕДИАИНДУСТРИЯ
Цель дисциплины	Дать представление о современных моделях средств массовой информации и факторах, определяющих их становление и развитие.
Тематическая направленность дисциплины	Медиарынок и медиаиндустрия. Индустрия современных медиа. Основные понятия медиаэкономики и структура рынка масс-медиа. Современная мировая медиаиндустрия в условиях глобализации и технологического прогресса. Основные факторы развития медиаиндустрии. Медиаиндустрия в России. Современные особенности и функции современных Российских СМИ в историческом измерении. Медиаиндустрия в зарубежных странах (национальные системы СМИ сравнительный анализ). Эволюция медиаиндустрии: от специальных приложений до информационно-промышленных концернов. Теории информационного общества. Личность в современной медиаиндустрии. Моделирование современных медиаорганизаций.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	Сформировать у обучающихся основные представления о межкультурной коммуникации и ее роли в международных связях с общественностью, а также подготовить обучающихся к эффективному межкультурному взаимодействию и оптимальному формированию межкультурной компетенции в современном информационном обществе.
Тематическая направленность дисциплины	Межкультурная коммуникация в современном мире. Культура и коммуникация. Этническая идентичность, личная идентичность, культурная идентичность. Язык как отражение национальных и культурных особенностей этноса. Феноменология международных связей с общественностью. История институционализации международных связей с общественностью. Национальные ассоциации по связям с общественностью. Международные связи с общественностью и рынок.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель	Подготовить обучающихся к выбору и использованию

дисциплины	современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в сфере стратегических коммуникации компании.
Тематическая направленность дисциплины	Реклама и PR в Интернете: современные технологии и актуальные тренды. Управление сетевыми ресурсами: технологический и коммуникативный аспекты. Технологии привлечения траффика. Формирование аудитории цифрового ресурса. Вирусная коммуникация. Технологии получения вирального охвата. Продвижение контента в цифровой среде. Сообщества, блоги и другие цифровые коммуникационные площадки в продвижении брендов: коммуникативные технологии и актуальные цифровые инструменты. Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью: актуальные тенденции и перспективы развития.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ
Цели и задачи дисциплины	<p>Целью изучения дисциплины «Проектное управление в отраслях экономики» является выработка теоретических знаний и практических навыков по разработке, обоснованию эффективности и продвижению проектов в компаниях энергетического сектора экономики с учетом риска и неопределенности, специфики функционирования энергетических компаний и особенностей этапа модернизации.</p> <p>К задачам дисциплины относятся:</p> <p>рассмотрение основных стандартов, методов и подходов к проектному управлению, изучение основных методов и этапов разработки проектных решений, формирование и обоснование проектных решений на основе методов прогнозирования календарного планирования, обоснование эффективности проектов и анализ присущего им риска, закрепление навыков проектного анализа, включая анализ безубыточности, методы оценки, основанные на движении денежных средств предприятия, анализ рискованности инвестиционных проектов, освоение методов продвижения проектов, их ресурсного обеспечения и формирования проектной команды.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Проектное управление на предприятии. Проект, как объект проектного управления. Виды проектов. Портфель проектов и его формирование. Ресурсы проекта: виды, механизм взаимодействия.</p> <p>Проектная команда, как особый вид ресурсов проекта, командообразование в проектном управлении. Методы проектного управления: традиционный подход, Agile-подход, Scrum, RampUP</p> <p>Система управления проектом. Планирование в проектном управлении. Обоснование возможностей осуществления и риски проекта. Подходы к ТЭО. Инструменты ТЭО. Проектное</p>

	управление в госсекторе. Система национальных и отраслевых проектов РФ. Проекты ведущих госкорпораций РФ.
Кафедра	Экономики и управления предприятиями и производственными комплексами

Наименование дисциплины	ТЕХНОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ
Цель дисциплины	Формирование и развитие профессиональной компетентности в сфере прикладного коммуникационного знания, обеспечение овладения основами теоретических знаний и практических навыков разработки и реализации современных технологий стратегических коммуникаций.
Тематическая направленность дисциплины	Теоретические основы технологий стратегических коммуникаций. Понятие и характеристики социально-коммуникативной технологии. Типология технологий стратегических коммуникаций и технологические аспекты функционирования эффективных коммуникативных источников. Пропаганда как технология стратегических коммуникаций. Технологии GR и лоббизма в системе стратегических коммуникаций организации. Рекламные и PR-кампании как коммуникативно-технологические процессы. Технологии фандрайзинга в системе стратегических коммуникаций компании.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ
Цель дисциплины	Дать общие сведения о принципах разработки и реализации коммуникационной стратегии компании
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и виды коммуникационной стратегии. Стратегические коммуникации и коммуникационная стратегия. Коммуникационная политика и коммуникационная стратегия. Корпоративные интеграторы стратегии. Компоненты коммуникационной стратегии: корпоративная философия, корпоративная миссия, корпоративное видение, корпоративное кредо, корпоративный слоган. Планирование коммуникационной стратегии: виды анализа ситуации, виды аналитической и прогностической документации для разработки коммуникационной стратегии. Цели (глобальные и оперативно-тактические) и задачи коммуникационной стратегии. Инструменты реализации коммуникационной стратегии компании. Планирование и реализация коммуникационной стратегии бизнес-компании. Планирование и реализация коммуникационной стратегии бренда.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ/ОТДЕЛОМ
Цель дисциплины	Формирование у обучающихся системного представления об управлении коммуникационным предприятием, включающего изучение как теоретических основ менеджмента, так практических аспектов организации коммуникационного агентства.

Тематическая направленность дисциплины	Рынок коммуникационных агентств как индустрия. Виды агентств. Коммуникационный департамент предприятия. Менеджмент рекламной деятельности. Управление персоналом коммуникационного предприятия / отдела. Разработка рекламного продукта и услуг коммуникационного агентства. Взаимоотношения с клиентом. Агентский договор и договор на оказание услуг. Изучение спроса. Управление продажами и продвижением услуг коммуникационного предприятия. Материальные ресурсы для коммуникационного предприятия. Ценообразование. Затраты. Эффективность.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ КОНТЕНТА
Цель дисциплины	Формирование у магистрантов систематизированных научных представлений, практических умений и компетенций в области разработки и продвижения контента и их применение в профессиональной деятельности. Усвоение магистрантами системы знаний о технологиях разработки и продвижения контента; о прикладном характере этих знаний в области их будущей профессиональной деятельности. Формирование у студентов умений, навыков и компетенций, направленных на разработку и продвижение контент-продукта. Формирование умений, навыков и компетенций планирования и анализа эффективности коммуникационной контент-стратегии.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и видовые особенности контента. Веб-райтинг: специфика разработки и продвижения. Продающие тексты. Графический контент. Фотохостинг: инфографика и графические изображения. Контент рассылок. Поисковая оптимизация контента. Контент сообществ в социальных сетях. Контент сайта, лендинга и мобильного приложения. Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности разработки и продвижения контента
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	ИССЛЕДОВАНИЯ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ
Цель дисциплины	Представить магистранту широкую панораму методологических принципов и подходов к научному исследованию, дать представление об основах исследований в профессиональной сфере.
Тематическая направленность дисциплины	Общие проблемы методологии науки. Специфика научного познания. Основные формы научного познания. Методы научного познания. Социологические исследования в стратегических коммуникациях. Маркетинговые исследования в стратегических коммуникациях.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ
Цель дисциплины	Формирование и развитие профессиональной компетентности будущих специалистов по стратегическим коммуникациям в сфере

	аналитической работы с коммуникационными инструментами и текстами массовой коммуникации
Тематическая направленность дисциплины	Критерии оценки эффективности PR-коммуникаций. Методы и метрики оценки эффективности PR-коммуникаций. Оценка эффективности рекламных коммуникаций. Оценка эффективности коммуникаций в социальных медиа. Источники данных для оценки эффективности SMM-кампании. Методы психолингвистических и психосемантических исследований для анализа текстов массовой коммуникации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	КОПИРАЙТИНГ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ
Цель дисциплины	Подготовка магистра, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами в стратегических коммуникациях компании.
Тематическая направленность дисциплины	Креатив и стратегия рекламы. Творческая платформа и концепция рекламы. Особенности личности копирайтера. Классификация стилей рекламных текстов и различных подходов, используемых при их создании. Заголовок – основной элемент рекламного текста. Типы заголовков. Нейм, слоган, логотип. Основной текст рекламного сообщения.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	ИНТЕРНЕТ-КОПИРАЙТИНГ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ
Цель дисциплины	Подготовка магистра, знакомого с теорией интернет-копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами стратегических коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании в сети Интернет.
Тематическая направленность дисциплины	Креатив и стратегия интернет-рекламы в стратегических коммуникациях. Особенности личности интернет-копирайтера. Творческая платформа и концепция интернет-рекламы в стратегических коммуникациях. Заголовок – основной элемент рекламного текста в сети Интернет. Типы заголовков. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип в интернет-копирайтинге. Основной текст рекламного объявления в сети Интернет. Классификация стилей рекламных текстов и различных подходов, используемых при их создании в интернет-копирайтинге.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	СОБЫТИЙНЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ
Цель дисциплины	Изучение основ управления ивент-технологиями в стратегических коммуникациях различных субъектов социального взаимодействия в контексте решения задач по созданию эффективной коммуникационной структуры.
Тематическая направленность	Содержание и модели событийных стратегических коммуникаций. Организация и проведение событийных стратегических

дисциплины	коммуникаций. Работа с медиа коммуникациями. Теория и практика межкультурной стратегической событийной коммуникации. Креативная составляющая стратегических коммуникаций. Особенности протокола при организации стратегических коммуникаций. Особенности интерактивной подготовки и проведения стратегических событийных коммуникаций
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	АНТИКРИЗИСНЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ
Цель дисциплины	Овладение базовыми знаниями по основам антикризисного управления компанией как субъекта современного рынка, формирование навыков и умений применения инструментов и технологий связей с общественностью в условиях кризиса базисного субъекта, формирование профессиональной компетентности, обеспечивающей готовность оперативно принимать решения в кризисных ситуациях.
Тематическая направленность дисциплины	Кризис как объект теории связей с общественностью. Организационно-технологические основы антикризисного управления в связях с общественностью. Работа с целевыми группами общественности в условиях кризиса. Коммуникации в условиях кризиса. Медиарилейшенз в кризисных коммуникациях. Создание текстов в антикризисной коммуникации. Информационная безопасность и кризис организации. Кризисная PR-программа в системе кризисных коммуникаций. Посткризисная деятельность компании. Работа со слухами
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ КОМПАНИИ
Цель дисциплины	Формирование и развитие профессиональной компетентности будущих магистров по рекламе и связям с общественностью в сфере бренд-менеджмента, получение ими основ практических навыков формирования и продвижения брендов, управления их развитием с учетом стратегий компании.
Тематическая направленность дисциплины	Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента в стратегических коммуникациях. Типы брендов. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов в стратегических коммуникациях. Разработка платформы бренда. Разработка системы идентификаторов бренда. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения в стратегических коммуникациях. Интегрированные коммуникации и их роль в построении и развитии бренда. Бренд как нематериальный актив, оценка стоимости бренда.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ БИЗНЕС-КОРПОРАЦИЙ
Цель дисциплины	Ознакомление обучающихся с фундаментальными и практическими основами в сфере международного бизнеса, развития и становления транснациональных корпораций и

	особенностей ведения их коммуникационной политики.
Тематическая направленность дисциплины	Глобализация экономики и развитие ТНК в мире и России. Модели интернационализации компаний, виды и структура ТНК. Межкультурная деловая коммуникация. Стратегический анализ (SWOT, PEST, силы Портера). Особенности комплексного управления коммуникациями ТНК. Инструменты управления внутренними коммуникациями. Правовые и этические основы функционирования ТНК. Аудит коммуникационной политики компании. Работа коммуникационных департаментов организации. Компетенции специалиста отдела международных коммуникаций, навыки в эпоху глобализации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА БИЗНЕС-СТРУКТУРЫ
Цель дисциплины	Формирование профессиональной компетентности будущих специалистов по стратегическим коммуникациям в сфере развития корпоративной культуры (КК), обеспечение овладения ими основами практических навыков разработки и реализации программы диагностики и совершенствования КК бизнес-структуры.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и типология корпоративной культуры. Структура, компоненты, уровни КК. Диагностика и оценка КК как основа управления ею. Технологии изменения корпоративной культуры бизнес-структуры.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	СТЕЙКХОЛДЕР РИЛЕЙШЕНЗ БИЗНЕС-СТРУКТУРЫ
Цель дисциплины	Формирование профессиональной компетентности будущих специалистов по стратегическим коммуникациям в сфере управления взаимоотношениями со стейкхолдерами бизнес-структуры, приобретение практических навыков по формированию стратегии и тактики выстраиванию отношений с заинтересованными сторонами.
Тематическая направленность дисциплины	Роль и функции стейкхолдер рилейшенз в деятельности бизнес-структур. Анализ моделей взаимоотношений со стейкхолдерами бизнес-структур. Идентификация, классификация и мэппинг стейкхолдеров. Анализ стейкхолдер рилейшенз бизнес-структуры. Формирование стратегии управления стейкхолдер рилейшенз бизнес-структуры. Инструменты взаимодействия со стейкхолдерами бизнес-структуры.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Наименование дисциплины	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ
Цель дисциплины	Формирование у обучающихся навыков осуществления межкультурной коммуникации на изучаемом иностранном языке с позиций мультикультурализма. Цель дисциплины предполагает изучение специфики академического и профессионального взаимодействия на иностранном языке, а также рассмотрение современных коммуникативных технологий в межкультурной

	коммуникации в профессиональной и академической сферах. Дисциплина направлена на формирование у обучающихся навыков восприятия, анализа и критической оценки устной и письменной деловой информации на русском и изучаемом иностранном языке для выработки коммуникативно приемлемого стиля делового общения как с помощью вербальных, так и с помощью невербальных средств взаимодействия с партнерами.
Тематическая направленность дисциплины	Training for journalism. The media man - a jack of all trades? The media in the modern world. News. Audiences. Interviews. Diary news events: press conferences, meetings, speeches. Media writing and journalistic genres. Newspapers and magazines. Television and radio. Wire and electronic sources of news. Freedom of the press.
Кафедра	Кафедры иностранных языков

Наименование дисциплины	ТЕХНОЛОГИИ ПУБЛИЧНОГО ПРЕЗЕНТИРОВАНИЯ
Цель дисциплины	Формирование и развитие навыков публичных выступлений, а также создания визуальных презентационных материалов.
Тематическая направленность дисциплины	Публичная презентация как элемент делового общения. Вербальные компоненты публичной презентации. Невербальные компоненты публичной презентации. Структура публичного выступления. Визуальная культура публичной презентации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью