

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор

по учебной и методической работе

/В.Г. Шубаева

20 18 г.



**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН**

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень высшего образования	бакалавриат
Год набора	2018

Санкт-Петербург  
2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ .....	4
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК .....	5
ИСТОРИЯ .....	7
КУЛЬТУРОЛОГИЯ .....	7
ПСИХОЛОГИЯ .....	8
СОЦИОЛОГИЯ .....	9
ЭКОНОМИКА .....	9
ФИЛОСОФИЯ .....	10
ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА .....	11
МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ И ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ .....	11
ПРАВОВЕДЕНИЕ .....	12
ЛОГИКА И ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ .....	13
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ .....	13
ПЕРЕВОД РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕКСТОВ .....	14
ОСНОВЫ ФИНАНСОВ .....	15
СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ .....	15
МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА .....	16
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА .....	17
БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	18
ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ .....	18
СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ .....	19
ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ .....	20
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ .....	21
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ (ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ И СО) .....	22
ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА .....	23
ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....	24
ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА .....	25
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ .....	25
СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ .....	26
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ .....	27
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ .....	28
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНАЯ ДИСЦИПЛИНА) .....	28
КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ .....	31
МЕДИААНАЛИЗ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ .....	31
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ И PR-КАМПАНИЙ В БИЗНЕСЕ .....	32
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ .....	32
ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА .....	33
КОРПОРАТИВНЫЕ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....	34
БИЗНЕС-ЭТИКЕТ И ПРОТОКОЛ .....	34
КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ .....	35

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА .....	36
ТЕХНОЛОГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ (GR).....	36
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ БИЗНЕС-СТРУКТУР .....	37
БРЕНДИНГ В СФЕРЕ БИЗНЕСА.....	38
ИМИДЖМЕЙКИНГ .....	39
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ.....	40
DIGITAL КОММУНИКАЦИИ .....	40
АНТИКРИЗИСНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....	41
КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ .....	42
СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА .....	43
ЛИДЕРСТВО И ПОСТРОЕНИЕ КОМАНДЫ В БИЗНЕСЕ .....	43

<p>Название дисциплины</p>	<p><b>РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ</b></p>
<p>Цели и задачи дисциплины</p>	<p><b>Цель дисциплины:</b> Формирование представления о современном русском языке как универсальном средстве общения, обеспечивающем коммуникативные потребности индивидов, социальных групп (возрастных, профессиональных, территориальных и пр.) и слоев российского общества в широчайшем спектре коммуникативных ситуаций.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Формирование представления о современном русском языке как универсальном средстве общения, обеспечивающем коммуникативные потребности индивидов, социальных групп (возрастных, профессиональных, территориальных и пр.) и слоев российского общества в широчайшем спектре коммуникативных ситуаций.</li> <li>– Выработка теоретических представлений, позволяющих разграничивать такие области явлений, как русский литературный язык и русский общенародный язык, а также выработка практических умений разграничивать конкретные факты языка и речевого поведения, относящиеся к двум названным областям.</li> <li>– Выработка понимания коммуникативных последствий, связанных с использованием говорящим литературного языка либо явлений, находящихся за его пределами.</li> <li>– Овладение выразительными ресурсами современного русского литературного языка.</li> <li>– Формирование устойчивой языковой и речевой компетенции в разных областях и ситуациях использования литературного языка.</li> </ul>
<p>Тематическая направленность дисциплины</p>	<p>Язык и речь. Общенародный русский язык и литературный русский язык. Языковая личность и речевая компетенция, способы повышения речевой компетенции.</p> <p>Аспекты и критерии культуры речи. Языковая норма. Литературный русский язык как система норм. Функционально-смысловые типы речи. Жанры речевого общения.</p> <p>Орфоэпические нормы русского языка и их реализация. Становление единой орфоэпической нормы. Стили произношения. Основные правила произношения гласных и согласных. Особенности произношения заимствованных слов.</p> <p>Русское ударение. Маркированность акцентологических вариантов. Акцентологические ошибки и трудности.</p> <p>Система орфографических норм современного русского языка.</p> <p>Понятие лексической нормы. Лексические нормы и их нарушения. Точность и выразительность слова. Ошибки, связанные с незнанием точного значения слова.</p> <p>Лексическая сочетаемость и нарушение ее правил. Речевая избыточность и речевая недостаточность. Тавтология.</p> <p>Употребление слов в прямом и переносном значении; проблема выразительности речи.</p> <p>Паронимия и ее выразительные возможности. Эвфемизмы и их выразительные возможности. Штампы и канцеляризмы.</p> <p>Исконно русская и заимствованная лексика. Новейшие (за</p>

	<p>последние 10-15 лет) заимствования и их употребление: трудности и выразительные возможности. Русский и английский языки: проблема межъязыкового взаимодействия. Способы освоения иноязычной лексики. Виды ее ассимиляции.</p> <p>Лексика ограниченного употребления. Профессиональная лексика. Диалектизмы. Жаргонная лексика. Словари русского языка, их типы и назначение.</p> <p>Морфологические нормы современного русского литературного языка. Трудности в определении рода существительных. Род аббревиатур. Особенности склонения имен собственных. Существительные склоняемые и несклоняемые. Предложно-падежные конструкции и ошибки, связанные с их употреблением. Трудные случаи употребления числа и падежа.</p> <p>Трудные случаи употребления числительных и ошибки в их склонении. Собирательные числительные. Глагол: употребление глаголов с избыточной и дефектной парадигмой. Грамматико-семантические переносы.</p> <p>Синтаксические нормы современного русского литературного языка. Слово и предложение. Синтаксические категории предложения: предикативность, темпоральность, модальность.</p> <p>Категория лица и способы ее выражения на морфологическом и синтаксическом уровнях.</p> <p>Категория модальности и средства ее выражения.</p> <p>Правильность построения фразы; порядок слов. Неверное осмысление грамматических связей между словами в предложении.</p> <p>Система пунктуационных норм современного русского языка: знаки препинания и их основные функции.</p> <p>Современный молодежный жаргон: состав, причины существования. Проблема жаргонизации речи современника, в том числе средств массовой информации.</p> <p>Просторечие и сфера его употребления. Русский речевой этикет и его изменения за последние полвека/пятнадцать лет.</p> <p>Основы риторики. Риторика в историческом аспекте. Виды красноречия. Средства воздействия на аудиторию.</p> <p>Оратор и аудитория.</p> <p>Язык современных средств массовой информации с точки зрения культуры речи: точность, уместность, экспрессивность языковых средств. Речь современных политиков и общественных деятелей.</p>
Кафедра	Русского языка и литературы

Название дисциплины	<b>ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> освоения дисциплины: развитие иноязычной коммуникативной компетенции (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной):</p> <p>– речевая компетенция – функциональное использование изучаемого языка как средства общения и познавательной деятельности: умение понимать аутентичные иноязычные тексты (аудирование и чтение), в том числе ориентированные на выбранный профиль, передавать информацию в связных</p>

	<p>аргументированных высказываниях (говoreние и письмо), планировать свое речевое и неречевое поведение с учетом специфики ситуации общения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– языковая компетенция – овладение новыми языковыми средствами в соответствии с темами и сферами общения, отобранными для выбранного профиля, навыками оперирования этими средствами в коммуникативных целях; систематизация языковых знаний, полученных в школе, а также увеличение объема знаний за счет информации профильно-ориентированного характера (в частности, терминологии);</li> <li>– социокультурная компетенция – расширение объема знаний о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка, совершенствование умений строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике с учетом профильно-ориентированных ситуаций общения, умений адекватно понимать и интерпретировать лингвокультурные факты;</li> <li>– компенсаторная компетенция – совершенствование умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств в процессе иноязычного общения, в том числе и в профильно-ориентированных ситуациях общения;</li> <li>– учебно-познавательная компетенция – дальнейшее развитие специальных учебных умений, позволяющих совершенствовать учебную деятельность по овладению иностранным языком, повышать ее продуктивность, а также использовать изучаемый язык в целях продолжения образования и самообразования, прежде всего в рамках выбранного профиля.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <p>1. Развитие и совершенствование уровня сформированности лингвистической и коммуникативной компетенций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формирование языковых навыков и умений устной и письменной речи, необходимых для социального и профессионального общения в рамках тематики, предусмотренной программой;</li> <li>– развитие навыков составления и осуществления монологических высказываний (доклады, сообщения и др.);</li> <li>– формирование навыков перевода научно-популярной литературы и литературы по специальности, определения основных положений текста, аннотирования и реферирования текстовой информации;</li> <li>– формирование навыков грамматического оформления высказывания;</li> <li>– формирование лингвистических понятий и представлений, без которых невозможно практическое овладение языком.</li> </ul> <p>2. Формирование социокультурной компетенции на основе аутентичного содержания посредством диалога культур:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– расширение кругозора студента, повышение уровня его общей культуры и образованности;</li> <li>– совершенствование культуры мышления и речи;</li> <li>– формирование уважительного отношения к духовным и материальным ценностям других стран и народов, совершенствование нравственных качеств личности студента.</li> </ul>
Тематическая	Влияние СМИ на связи с общественностью

направленность дисциплины	Влияние связей с общественностью на СМИ Зоны разногласий Эффективные отношения со СМИ
Кафедра	Романо-германской филологии и перевода, Английского языка и перевода

Название дисциплины	<b>ИСТОРИЯ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> сформировать у студентов представления о основных закономерностях и направлениях исторического процесса, показать место России в этом процессе, выделить общее и особенное в истории российской цивилизации. <b>Задачи:</b> – ознакомление студентов с основными проблемами современной исторической науки; – анализ основных концепций современной российской историографии; – формирование знаний по всеобщей истории и истории России в частности; – формирование начальных практических навыков работы с историческими исследованиями и историческими источниками.
Тематическая направленность дисциплины	Историческое знание, его происхождение и современное состояние. Древнейшие цивилизации в истории человечества. Древняя Русь и Европа в V – XIII вв. Русь и Европа в XIV – XVII вв. Становление Российского централизованного государства. Россия и Европа в XVIII в. Просвещенный абсолютизм. Россия в первой половине XIX в. Россия во второй половине XIX в. Россия в условиях социально-политического кризиса начала XX в. Становление СССР и усиление международных противоречий в 1920-ые – первой половине 50-ых гг. XX в. СССР и мир во второй половине XX в. Распад СССР. Россия и мировое сообщество в XXI в.
Кафедра	Международных отношений, медиалогии, политологии и истории

Название дисциплины	<b>КУЛЬТУРОЛОГИЯ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цели освоения дисциплины:</b> – дать студентам базовые культурологические знания; – способствовать формированию общей культуры личности. <b>Задачи:</b> – раскрыть смысл основных понятий культурологии, – раскрыть закономерности историко-культурного процесса; – дать представление о многообразии ценностей и традиций культуры, – сформировать навыки межкультурной коммуникации, – способствовать развитию творческих способностей студентов.
Тематическая	Предмет и методы культурологии.

направленность дисциплины	<p>Основные понятия культурологии.          Историческая динамика культуры.          Типология культур.          Исторические типы культуры.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Первобытная культура и ее особенности.</li> <li>2. Цивилизации Древнего Востока.</li> <li>3. Античность как тип культуры.</li> <li>4. Ислам и мусульманская культура.</li> <li>5. Европейская культура.</li> </ol>
Кафедра	Философии

Название дисциплины	<b>ПСИХОЛОГИЯ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> формирование у обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» системы знаний в области психологической науки и основ психологической культуры для личностного и последующего профессионального развития, самоорганизации и самообразования.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать у студентов понятийный аппарат в области психологической науки;</li> <li>– продемонстрировать достижения представителей различных направлений и школ психологии в исследовании человека и малой группы;</li> <li>– дать представление о существующих в психологии принципах и методах исследования индивидуальных особенностей личности;</li> <li>– научить студентов понимать психологические закономерности функционирования группы и особенности формирования команды;</li> <li>– рассмотреть психологические аспекты организации учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>– ознакомить с теоретическими и прикладными работами по вопросам психологии саморазвития и самообразования личности.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Особенности психологии как науки и ее роль в формировании способности к самоорганизации и самообразованию.          Природа психики человека. Психика и способность личности к самоорганизации.          Познавательная сфера личности: приемы развития познавательных процессов.          Эмоции и чувства личности. Саморегуляция эмоциональной сферы.          Мотивационно-волевая сфера личности и ее роль в самоорганизации и самообразовании.          Темперамент и характер личности, роль самовоспитания в формировании характера.          Способности и их развитие.          Психология личности и развитие потенциала личности.          Психология общения, роль общения в саморазвитии личности.          Психология малых групп. Развитие лидерского потенциала личности.</p>
Кафедра	Психологии и педагогики



Название дисциплины	<b>СОЦИОЛОГИЯ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> освоения дисциплины «Социология» - формирование у студентов необходимых компетенций, способствующих пониманию закономерностей общественного развития, моделирование личностных и профессиональных качеств, а также готовности к коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p> <p>Основные <b>задачи</b> дисциплины «Социология»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение основных этапов развития социологической мысли и современных направлений социологической теории;</li> <li>- выяснение сущности и специфики социальной реальности общества как целостной саморегулирующейся системы;</li> <li>- рассмотрение социальной структуры современного общества и процессов взаимодействия социальных групп и общностей;</li> <li>- понимание места и роли социальных институтов, обеспечивающих воспроизводство общественных отношений и социального неравенства в обществе;</li> <li>- знакомство с методами и процедурами социологических исследований;</li> <li>- определение особенностей различных культур, коммуникативных схем общественного взаимодействия.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Социология как наука об обществе.          История становления и развития социологии.          Методология и методы социологического исследования.          Общество как социальная система.          Социальная структура общества.          Социальная стратификация, дифференциация и мобильность.          Социальные институты и социальный контроль.          Коммуникация в современном обществе.          Культура в развитии общественной жизни.          Личность как объект и субъект общественных отношений.          Социализация личности.</p>
Кафедра	Управления персоналом

Название дисциплины	<b>ЭКОНОМИКА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> освоения дисциплины: дать студентам базовые знания в области экономической теории, методологии познания в области объективных экономических процессов в России и мире; сформировать экономическое мышление, направленное на понимание форм, методов, приоритетов и направлений развития экономики.</p> <p><b>Задачи:</b> изучение и осмысление понятийного аппарата экономической теории;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- овладение методологией экономических исследований;</li> <li>- приобретение навыков самостоятельного анализа конкретных экономических проблем;</li> </ul>

	– умение оценивать социально-экономические последствия различных мер экономической политики государства.
Тематическая направленность дисциплины	Введение в экономику. Рынок и механизм его функционирования. Теория потребительского поведения. Производство и предложение благ. Фирма в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Ценообразование и доходы на рынках факторов производства. Национальная экономика. Макроэкономическая политика. Национальное счетоводство. Потребление, сбережение, накопление и инвестиции. Экономический рост. Цикличность развития экономических систем. Теория экономического развития. Рынок труда. Занятость и безработица. Инфляция. Денежно-кредитная политика система и монетарная политика. Финансовая система. Бюджетно-налоговое регулирование экономики. Совокупные доходы населения и социальная политика государства.
Кафедра	Общей экономической теории и истории экономической мысли

Название дисциплины	<b>ФИЛОСОФИЯ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель (цели)</b> освоения дисциплины: дать студентам базовые философские знания; сформировать навыки философского осмысления мировоззренческих проблем. <b>Задачи:</b> – дать студентам понимание специфики философского знания; – раскрыть содержание основных философских учений и закономерности историко-философского процесса; – раскрыть связь философии с духовной культурой, социальной практикой, повседневностью; – сформировать практические навыки философского анализа и дискуссии; – показать значение философских знаний для решения экзистенциальных и профессиональных проблем.
Тематическая направленность дисциплины	Предмет философии. Структура философского знания. Философия Древнего Востока. Античная философия. Философия Средневековья. Философия Возрождения. Философия Нового времени. Современная философия. Русская философия. Проблема бытия. Проблемы познания. Философия и методология науки. Проблема человека. Социальная философия.
Кафедра	Философии

Название дисциплины	<b>ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> дисциплины: дать системное представление об основных особенностях и закономерностях мирового литературно-художественного процесса.</p> <p><b>Задачи</b> дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дать представление о мировом литературно-художественном процессе в историческом, общефилософском и эстетическом контексте.</li> <li>2. Дать представление о характере художественного сознания человека в различные культурно-исторические эпохи через изучение основных феноменов литературно-художественного процесса.</li> <li>3. Углубить и расширить представление об основных положениях теории литературы как основы анализа художественного текста.</li> <li>4. Дать основные представления в области истории и теории искусства.</li> </ol>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Основные произведения мирового искусства и литературы. Закономерности литературно-художественного процесса. Античная литература и античное искусство. Литература и искусство Средних веков. Литература и искусство эпохи Возрождения. Формирование этических и эстетических представлений. Литература и искусство 17 века. Литература и искусство 18 века. Литература и искусство эпохи романтизма. Литература и искусство 19 века. Литература и искусства конца 19 начала 20 века. Европейская литература и европейское искусство 20 века. Русская литература и русское искусство 20 века. Литература стран Азии и Америки. Литература и искусство конца 20 начала 21 века.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ И ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> дисциплины: развитие навыков обоснованной и всесторонней оценки делового общения на основе обобщения знаний и практического опыта в области межличностных коммуникаций, менеджмента, социальной психологии и этики делового общения, риторики и бизнес-этикета.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формировать у обучающихся научное представление о роли делового общения в системе наук о человеке, о выборе ценностных ориентации и моделей поведения в практическом труде.</li> <li>2. Познакомить со средствами вербального и невербального общения, ведущими репрезентативными системами, приемами, методиками, включаемыми в коммуникативные программы.</li> <li>3. Способствовать развитию у слушателей специальных коммуникативных умений.</li> </ol>

	<p>4. Ознакомить слушателей с историческими этапами возникновения и развития межличностных и деловых коммуникаций и развития этикетной культуры.</p> <p>5. Способствовать формированию и развитию у слушателей навыков и умений рациональных речевых коммуникаций, ораторского искусства и полемического мастерства.</p> <p>6. Научить слушателей свободно оперировать теориями межличностной коммуникации и делового общения, понятиями специфики и условий эффективности делового партнерства.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Понятие и основные элементы межличностных коммуникаций и делового общения.</p> <p>Каналы и средства делового общения и организация обратной связи.</p> <p>Деловые коммуникативные стили. Специфика деловой коммуникации в бизнесе.</p> <p>Способы преодоления коммуникативных барьеров.</p> <p>Эффективность устной и письменной деловой коммуникации.</p> <p>Эстетика межличностной и деловой коммуникации.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ПРАВОВЕДЕНИЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> формирование у студентов основ правовых знаний, обеспечивающих усвоение сущностных характеристик права, умение ориентироваться в системе законодательства и практике его применения, для развития правовой культуры, личностного и последующего профессионального роста выпускника направления «Реклама и связи с общественностью», а также возможности дальнейшего углубленного изучения отдельных правовых дисциплин.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать у студентов понятийный аппарат в области общей теории государства и права;</li> <li>– обеспечить усвоение основ конституционного (государственного) права, особенно в части основ конституционного строя, прав и свобод человека и гражданина;</li> <li>– разъяснить общие положения основополагающих отраслей права;</li> <li>– сформировать навыки понимания российской правовой системы: административного, финансового, уголовного, экологического, гражданского, семейного, трудового права, а также правовых основ защиты государственной тайны;</li> <li>– обеспечить приобретение начальных практических навыков работы с законами и иными нормативными правовыми актами (т.е. научить работать в поиске необходимых нормативных актов, соответствующих норм и т.д.).</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Общая теория государства и права.</p> <p>Конституционное право.</p> <p>Административное право.</p> <p>Финансовое право.</p> <p>Уголовное право.</p>

	<p>Экологическое право.          Правовые основы защиты государственной тайны.          Гражданское право.          Семейное право.          Трудовое право.</p>
Кафедра	Теории и истории государства и права

Название дисциплины	<b>ЛОГИКА И ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> освоения дисциплины: изложение основ научного исследования, анализа информации; формирование у студентов навыков правильного мышления и способности к построению аргументированной речи, обосновывающей решения и убеждающей других людей, что способствует успешному осуществлению социальной и профессиональной деятельности. Подготовка бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью» призвана обеспечить подготовку высококвалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– помочь освоить формальные методы, необходимые для освоения информатики, методов программирования;</li> <li>– изучить основные формы абстрактного мышления – понятие, суждение, умозаключение; основные формально-логические законы, структуры и виды доказательств, логические методы научного доказательства;</li> <li>– научить студентов логически верно, аргументировано строить свою речь, используя приемы логического построения последовательного рассуждения;</li> <li>– сформировать умение пользоваться правилами ведения диалога и дискуссий.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предмет и основные понятия логики.          Понятие.          Суждение (Высказывание).          Учение об умозаключениях. Силлогистика.          Методы установления причинной зависимости. Аналогия.          Гипотеза.          Логические основы научной теории.          Доказательство и опровержения.          Классическая логика высказываний.          Классическое исчисление предикатов.          Теория аргументации.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> дисциплины: дальнейшее формирование и совершенствование языковой и речевой компетенции студентов в области специального языка предметной области экономики.</p> <p><b>Задачи:</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– овладение специальной лексикой, связанной с экономической предметной областью; установление терминологических русско-английских соответствий;</li> <li>- развитие специальных речевых навыков (умение провести презентацию, составить рекламное объявление, провести интервью при найме на работу, и т.п.);</li> <li>- развитие навыков письма (составление делового письма, протокола и др. с учетом традиции, сложившейся в англоязычном мире).</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Макроэкономика          Финансовая деятельность          Международная торговля          Микроэкономика          Маркетинг</p>
Кафедра	Теории языка и переводоведения

Название дисциплины	<b>ПЕРЕВОД РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕКСТОВ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> формирование навыков специального перевода в сфере рекламы и связей с общественностью и совершенствование языковой и речевой компетенции студентов для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить основные понятия теории перевода, а также лексические и грамматические трудности, возникающие в процессе перевода;</li> <li>- сформировать навыки грамотного использования информационных технологий при переводе (различные типы словарей (онлайн и оффлайн), энциклопедии и справочники, онлайн-переводчики и т.д.);</li> <li>- изучить лингвистические и стилистические особенности рекламных и PR-текстов, их структуры и типов на изучаемом иностранном языке;</li> </ul> <p>сформировать навыки письменного и устного перевода рекламных и PR-текстов.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Перевод как вид деятельности.          Грамматические и лексические трудности перевода.          Типология PR-текстов.          Особенности перевода рекламных и PR-текстов.          Работа отдела рекламы и/или PR.          Страны и путешествия (анализ и перевод рекламных и PR-текстов туристических компаний и туристических объектов).          История и деятельность российских и зарубежных компаний (анализ и перевод рекламных и PR-текстов).          Парфюмерно-косметическая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов производителей и продавцов косметики и парфюмерии).          Пищевая промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов продуктов питания).          Предприятия общественного питания (анализ и перевод рекламных</p>

	и PR-текстов кафе, ресторанов и др.). Автомобильная промышленность (анализ и перевод рекламных и PR-текстов автопроизводителей и автосалонов). Сфера обслуживания покупателей (анализ и перевод рекламных и PR-текстов сетевых и несетевых магазинов).
Кафедра	Теории языка и переводоведения

Название дисциплины	<b>ОСНОВЫ ФИНАНСОВ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> формирование у студентов основ экономических знаний в финансовой сфере, а также базовых практических навыков и умений работы с финансовой информацией и проведения финансовых расчетов. <b>Задачи:</b> – сформировать у студентов системное представление о содержании финансовой системы и ее институтов, показав особенности денежных отношений, осуществляемых компаниями в сфере рекламы; – сформировать у студентов знания о существующих экономических (финансовых) теориях и о роли финансов в национальной и мировой экономике; – сформировать у студентов знания о направлениях и проблемах современной российской экономики; – создать понимание целей и инструментов финансовой политики государства; – сформировать комплекс теоретических и практических знаний в области управления корпоративными финансами на примере рекламных агентств; – обучить студентов навыкам работы с нормативными правовыми актами, статистическим и фактическим материалом, отражающим финансовые процессы; – выработать практические навыки принятия решений в изменяющейся финансовой ситуации.
Тематическая направленность дисциплины	Денежная система и её элементы. Содержание, функции финансов и структура финансовой системы. Управление финансами и особенности финансовой политики. Налоговое регулирование экономики. Бюджет как центральное звено финансовой системы. Финансы корпораций. Содержание, функции кредита и структура банковской системы. Рынок ценных бумаг. Содержание и функции страхования. Международные финансы.
Кафедра	Государственных и муниципальных финансов

Название дисциплины	<b>СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> освоения дисциплины: формирование у студентов целостного представления о взаимоотношениях государств на международной арене, процессах и механизмах

	<p>принятия решений, выработки внешнеполитического курса ведущими мировыми державами.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рассмотрение основного понятийно-категориального аппарата и ключевых положений современных международных отношений;</li> <li>– выработка навыков самостоятельного анализа событий, происходящих на мировой арене;</li> <li>– формирование знаний и умений анализа теоретических и практических проблем межгосударственных взаимоотношений в политической, экономической и гуманитарной сферах.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предмет, задачи курса. Объект и предмет международных отношений.</p> <p>Участники международных отношений.</p> <p>Международные организации.</p> <p>Европейская интеграция.</p> <p>Внешиполитическая доктрина Европейского Союза. Механизм принятия внешнеполитических решений в ЕС.</p> <p>Международная интеграция на рубеже XX-XXI вв.</p> <p>Сферы международного сотрудничества на современном этапе.</p> <p>Распад Ялтинско-Потсдамской системы международных отношений и его последствия.</p> <p>Понятие и функции дипломатии. Международные переговоры как основная функция дипломатии.</p> <p>Внешняя политика России и современные международные отношения.</p> <p>Особенности внешнеполитического курса стран Европы в конце XX – начале XXI вв.</p> <p>Особенности внешнеполитического курса США в конце XX – начале XXI вв.</p> <p>Страны Ближнего и Среднего Востока в международных отношениях в конце XX – начале XXI вв.</p> <p>Страны Азиатско-Тихоокеанского региона в международных отношениях в конце XX – начале XXI вв.</p> <p>Страны Африки и Латинской Америки в международных отношениях в конце XX – начале XXI вв.</p> <p>Проблемы международной безопасности в современном мире.</p> <p>Конфликты в международных отношениях. Региональные конфликты и пути их преодоления.</p> <p>Формы и механизмы регулирования современных международных отношений.</p>
Кафедры	Международных отношений, медиалогии, политологии и истории

Название дисциплины	<b>МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> изложить необходимый математический аппарат и привить бакалаврам навыки его использования при анализе и решении инженерно-экономических задач.</p> <p><b>Задачи:</b> научить методам построения математических моделей экономических ситуаций с дальнейшим их решением аналитически или с применением вычислительной техники и последующим</p>



	анализом, имеющим целью принятие оптимального решения; развитие логического, математического и алгоритмического мышления.
Тематическая направленность дисциплины	Аналитическая геометрия. Линейная алгебра. Дифференцирование и интегрирование функций. Случайные события и вероятность. Случайные величины. Теория игр. Элементы математической статистики. Элементы регрессионного анализа.
Кафедра	Высшей математики

Название дисциплины	<b>КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> сформировать у студентов теоретические знания и практические умения в области информационно-коммуникационных технологий. <b>Задачи:</b> – сформировать знания об информационной культуре, основных понятиях ИКТ; – сформировать знания об основных принципах функционирования прикладных информационных технологий; – сформировать знания и умения сбора, хранения, обработки и представления информации для принятия решений; – сформировать знания технологий поиска информации в компьютерной сети; – сформировать навыки применения основных методов защиты информации при решении стандартных задач профессиональной деятельности; – сформировать навыки работы с использованием программных продуктов Microsoft Office.
Тематическая направленность дисциплины	Основы информационных систем и ИКТ. Государственная политика в области развития цифровой экономики и информационной безопасности История развития и классификация компьютерной техники. Функционально-структурная организация персонального компьютера. Характеристики и классификация программного обеспечения. Операционные системы, прикладное программное обеспечение Введение. Управление, настройка и адаптация MS Word. Средства создания и форматирования документов в MS Word. Создание и использование шаблонов документов, создание серийных документов Введение. Управление, настройка и адаптация MS Excel. Проектирование и разработка расчетных таблиц Обработка информации с помощью MS Visio. Введение. Реляционные БД. Основные понятия Основы работы с реляционными БД Автоматизация обработки базы данных. Понятие и классификация вредоносного ПО.

	Защита от вредоносного ПО. Компьютерные сети. Информационные ресурсы Internet.
Кафедра	Информатики

Название дисциплины	<b>БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> формирование профессиональной культуры безопасности, т.е. готовности и способности личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формирование у обучающихся представления о содержании понятий «опасности» и «безопасности»;</li> <li>– формирование знания о принципах и методах защиты человека и среды обитания от поражающих факторов чрезвычайных ситуаций;</li> <li>– освоение практических навыков принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий, проведения мероприятий по ликвидации их последствий, умения оказывать первую помощь.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Основные понятия, аксиомы и задачи дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»</p> <p>Классификация опасностей и их источников, причин и ущерба</p> <p>Количественное описание опасностей</p> <p>Принципы, методы и средства обеспечения безопасности</p> <p>Анализ и управление безопасностью жизнедеятельности</p> <p>Характеристика основных форм и условий деятельности.</p> <p>Организация трудового процесса (элементы эргономики) и охрана труда</p> <p>Санитарно-гигиенические и психофизиологические аспекты безопасности (антропогенные опасности)</p> <p>Специальная оценка условий труда</p> <p>Биологические опасности. Социальные опасности</p> <p>Техногенные опасности</p> <p>Экологические опасности</p> <p>Общие сведения о чрезвычайных ситуациях</p> <p>Техногенные чрезвычайные ситуации мирного и военного времени</p> <p>Природные чрезвычайные ситуации (природные опасности)</p> <p>Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях</p> <p>Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях</p> <p>Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций</p>
Кафедра	Безопасности населения и территорий от чрезвычайных ситуаций

Название	<b>ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ</b>
----------	-----------------------------------

дисциплины	
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> формирование теоретико-методологического базиса изучения следующих за курсом основ теории коммуникации социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучить структуру коммуникативного акта;</li> <li>- показать связь теории коммуникации с семиотикой и лингвистикой, философией, психологией;</li> <li>- познакомить с основными теориями коммуникации;</li> <li>- дать описание структуры коммуникативного акта в различных сферах коммуникации (межкультурная, межличностная, массовая, организационная и т.п.);</li> <li>- ввести основные понятия и принципы коммуникации;</li> <li>- создать представление о личностных аспектах коммуникаторов;</li> <li>- ознакомить студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах жизни;</li> <li>- изучить методы исследования коммуникации.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Понятие и основные элементы коммуникации как социальной, этической, профессиональной и культурной базы общения. Типология социальной коммуникации в контексте теории толерантности.</p> <p>Эволюция социальной коммуникации и современное информационное общество в многообразии этической, конфессиональной и культурной проблематике</p> <p>Процессно-информационный подход к коммуникации и восприятие толерантности.</p> <p>Семиотический подход к коммуникации в сложном конфессиональном, культурном и социально-этическом пространстве современности.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b></p> <p>Целью освоения дисциплины является освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области социологии массовых коммуникаций и реализация их в своей профессиональной деятельности.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- освоение социологического инструментария для исследовании коммуникативных процессов, происходящих в информационном обществе;</li> <li>- изучение процессов взаимодействия СМК и общества;</li> <li>- изучение эффектов воздействия СМК и способы их прогнозирования.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Введение в социологию массовых коммуникаций</p> <p>Роль массовой коммуникации в современном мире</p> <p>Социологические теории массовой коммуникации СМК и общество</p> <p>Правовые и экономические основы функционирования СМК</p>

	Субъекты СМК. Аудитория СМК Интернет как средство массовой коммуникации СМК и общественное мнение. Социологический инструментарий исследования СМК
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> ознакомление с базовыми теоретическими и практическими сведениями по психологии массовой коммуникации.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение основных социально-психологических подходов, используемых в психологии массовой коммуникации;</li> <li>– рассмотрение закономерностей психических познавательных, мотивационных, эмоциональных процессов, аудитории в ходе массовой коммуникации;</li> <li>– изучение методов и методик изучения психологических особенностей аудитории в ходе массовой коммуникации;</li> <li>– овладение умением анализировать психологические особенности аудитории и учитывать их при организации коммуникативных процессов;</li> <li>– овладение умением анализировать психологические особенности коммуникатора и имидж коммуникатора в ходе массово-коммуникационных процессов;</li> <li>– овладение умением осуществлять психологический и логический анализ сообщений СМК;</li> <li>– овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере связей с общественностью.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.</p> <p>Психология массового сознания.</p> <p>Структура личности как база восприятия информации.</p> <p>Психологические эффекты массовой коммуникации значимые при планировании и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Учет интереса как фактора коммуникации при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Установки и стереотипы в средствах массовой коммуникации и их использование при организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Психологические модели убеждающего воздействия, используемые при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Закономерности массового поведения и психология рекламного воздействия.</p> <p>Виды рекламного воздействия при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Особенности стихийного массового поведения и их учет при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ</p> <p>Значение контроля за информационными потоками для</p>

	социального управления Слухи и провокации как техника информационно-психологического воздействия Мифы в массовой коммуникации
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> сформировать системное представление о: ключевых теоретических концепциях и практических реалиях деятельности масс-медиа в современном конвергентном информационном пространстве, теоретических и практических аспектах взаимодействия специалистов медиасферы и по связям с общественностью, рекламе, особенностях деятельности масс-медиа как сферы творчества и менеджмента.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– предложить современную адекватную методологию изучения дисциплины в условиях дигитализации и глобализации медиадискурса;</li> <li>– обозначить концептуальные направления изучения всех заявленных тем в перспективе их конвергентного развития;</li> <li>– обозначить различие в исторических векторах развития зарубежных и отечественных медиасистем и возможности их взаимосвязей, взаимодействия;</li> <li>– предложить современное понимание теоретических парадигм конвергентной медиакommunikации как коммуникации нового типа и возможностей ее использования;</li> <li>– сформировать совокупность навыков анализа теоретического и эмпирического материала для дальнейшего применения в теоретической и практической деятельности;</li> <li>– выявить общее и специфическое в теории и практике коммуникативной деятельности специалиста медиа и по связям с общественностью, рекламе и параметры их эффективного взаимодействия;</li> <li>– ознакомить с современными концепциями и реалиями креативной и менеджерской работы в сфере масс-медиа;</li> <li>– развить способности творческого использования полученных знаний в деятельности как в сфере медиа, так и СО и рекламы.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Массовая информация как предмет изучения в XXI веке Средства массовой информации в современном обществе Массмедиа как система Технологические модели масс медиа: печатные СМИ, РВ, ТВ Деловые СМИ Корпоративные СМИ Интернет как канал, среда, средство коммуникации Глобальные и национальные модели медиакommunikации Аудитория: теоретические и исследовательские парадигмы Редакция СМИ: внутренние и внешние коммуникации и вызовы Журналист в цепочке производства новостей/контента Медиа как индустрия интерактивных развлечений</p>

	<p>Редакция СМИ как творческий коллектив          Полиграфический облик газеты          Текст – основа газетного дизайна.          Система журналистских жанров          Новостная журналистика и СМК          Методики сбора информации. Этапы создания журналистского текста          Аналитические жанры. Художественно - публицистические жанры          Система права СМИ в России. Информационная безопасность и практика СМИ</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ (ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ И СО)</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> освоения дисциплины: овладение базовыми знаниями по основам рекламы и связей с общественностью, усвоение знаний правовых и этических основ рекламной и PR-деятельности, формирование навыков и умений применения инструментов и технологий интегрированных коммуникаций при решении конкретных коммуникационных задач.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– уяснение сходства и различия между рекламой и связями с общественностью как коммуникативных практик и их роли в коммуникационном процессе;</li> <li>– получение представления о коммуникационном бизнесе и рынке коммуникационных услуг, а также роли и месте в них рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– освоение знаний по истории отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– приобретение системных сведений о рекламе и связях с общественностью в коммуникационном процессе как социальных институтов, развитие которых тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо-политических и экономических укладов, с технологическими, техническими и информационными революциями;</li> <li>– знакомство с научными методами, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках рекламного и PR- воздействия в коммуникационном процессе;</li> <li>– формирование представления о механизмах действия рекламы и связей с общественностью в интегрированном коммуникационном комплексе, в частности в интегрированных маркетинговых коммуникациях;</li> <li>– освоение информационных и социолингвистических технологий создания рекламного текста и PR-текста, а также оценочных ориентиров данных продуктов.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Связи с общественностью как социальный феномен.          Связи с общественностью как наука и социальный институт          Субъекты, объекты и сферы PR-деятельности.          Идентификационный профиль компании как стратегическая</p>

	<p>коммуникация в связях с общественностью.  Информационно-аналитическая работа в связях с общественностью.  Медиа-рилейшнз в связях с общественностью.  Современные практики и технологии связей с общественностью.  Оценка эффективности в связях с общественностью.  Понятие, сущность и виды рекламы. Роль рекламы в обществе.  История и современные тенденции развития рекламы за рубежом и в России.  Рекламный процесс: понятие, структура и содержание  Психологические и социально-психологические основы рекламы.  Средства распространения и размещения рекламы.  Исследования в рекламе.  Оценка эффективности рекламы.  Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.  Рекламные агентства и их функции.  Мировой рынок рекламы. «Интернациональная» реклама.  Современные проблемы развития отечественного рынка рекламы.  Правовые и этические аспекты современной практики и технологий связей с общественностью и рекламы.  Отношения со СМИ в правовом поле. Понятие цензур  Защита чести, достоинства и деловой репутации юридическими средствами.  Авторское право в связях с общественностью и смежных видах деятельности.  Ивенты в коммуникациях.  Товарные знаки в интегрированных коммуникациях: правовые аспекты.  Рекламная и PR-информация в публичных коммуникациях  Проблемы типологии и жанрообразования в письменных рекламных и PR-коммуникациях  Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов  Жанровая характеристика комбинированных первичных PR-текстов  Социолингвистические основы публичных коммуникаций  Смежные и медиа PR-тексты</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> усвоение основных понятий и категорий менеджмента, формирование системных представлений о менеджменте, а также знаний и умений, связанных с осуществлением управленческой деятельности.</p> <p><b>Задачи дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формирование представлений о менеджменте, как виде деятельности и научной дисциплине;</li> <li>– изучение эволюции управленческой мысли на протяжении истории человечества, ознакомление с концепциями социального управления и менеджмента, персоналиями и практическими</li> </ul>

	<p>результатами применения различных управленческих концепций в различных социальных и политических условиях;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение процесса менеджмента как совокупности выполняемых менеджером функций (процессный подход в менеджменте);</li> <li>– формирование знаний умений и навыков в области теории организации, изучение теоретических подходов и концепций к построению организаций и их интегрированию;</li> <li>– изучение теоретических и практических вопросов организационного поведения, включая систематизацию поведенческих отношений в организации, организационную культуру, групповую динамику, управление конфликтами, стили руководства, проблемы власти и лидерства.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>История развития управленческой мысли  Понятийный аппарат и методологические основы менеджмента  Процесс менеджмента  Эффективность менеджмента  Менеджмент в России.  Будущее менеджмента  Этика менеджмента  Требования к личности менеджера  Власть и влияние  Стили руководства  Групповая динамика и руководство  Конфликт и его роль в деятельности организации</p>
Кафедра	Менеджмента и инноваций

Название дисциплины	<b>ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цели</b> освоения дисциплины: получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и связей с общественностью в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– изучение роли и функций отдела в системе менеджмента организации;</li> <li>– изучение задач и принципов функционирования отдела рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью и составление бюджета;</li> <li>– изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в современных организациях.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации



	<p>Должностное и штатное расписание отдела РиСО.</p> <p>Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации</p> <p>Основные виды планирования работы отдела РиСО</p> <p>Принципы разработки бюджета.</p> <p>Виды сопутствующей документации, связанной с рекламной и PR-деятельностью организации.</p> <p>Задачи отдела по взаимодействию со средствами массовой информации.</p> <p>Задачи отдела по работе с органами государственной власти и общественными организациями.</p> <p>Производство презентационных материалов и рекламно-имиджевой продукции.</p> <p>Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом.</p> <p>Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в негосударственных и общественных организациях.</p> <p>Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Целью</b> освоения дисциплины: формирование профессиональной компетенции обучающихся в области маркетинга для ориентации всех функций предприятия на рынок и повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности.</p> <p><b>Задачи</b> учебной дисциплины «Основы маркетинга»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать представление о маркетинге как философии и инструментарии рыночной деятельности предприятия;</li> <li>– дать понятие о видах маркетинговой деятельности и связи маркетинга с другими функциями предприятия;</li> <li>– развить навыки проведения анализа маркетинговой среды и конкурентных преимуществ предприятия;</li> <li>– развить навыки планирования и реализации маркетинговых политик.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Маркетинг и общество. Концепции маркетинга, типы маркетинга</p> <p>Анализ маркетинговой среды предприятия. Маркетинговые исследования</p> <p>Маркетинговые стратегии</p> <p>Товарная политика</p> <p>Ценовая и сбытовая политики</p> <p>Коммуникативная политика</p> <p>Оценка эффективности маркетинговой деятельности</p>
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	<b>МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> теоретические и практические основы построения системы проведения всех видов маркетинговых

	<p>исследований в компании.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Исследовать методики построения, планирования маркетинговых исследований в компании, этапы разработки концепции маркетинговых исследований.</li> <li>– Рассмотреть процессы сегментации рынка, определения емкости рынка, проведения опросов, экспертизы и других методов исследований.</li> <li>– Проанализировать примеры маркетинговых исследований, а также возможные источники информации для их успешного проведения.</li> <li>– Освоение различных подходов к понятиям «ситуация», «кейс», «ситуационный анализ».</li> <li>– Выявление корректных и самодостаточных источников проведения ситуационного анализа.</li> <li>– Приобретение практических навыков проведения как отдельных этапов ситуационного анализа, так и его полного цикла.</li> <li>– Получение навыков, необходимых PR-менеджеру для работы в коллективе и при коллективном решении проблем.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Понятия и сущность маркетинговых исследований</p> <p>Постановка исследовательско-аналитической функции на предприятии</p> <p>Виды и технологии проведения маркетинговых исследований</p> <p>Исследования внешней среды маркетинга</p> <p>Кабинетные исследования</p> <p>Полевые исследования</p> <p>Обработка и анализ результатов исследований</p> <p>Ситуационный анализ: этапы формирования метода, понятийный аппарат</p> <p>Цели проведения ситуационного анализа и использование полученных результатов на разных этапах PR-деятельности</p> <p>Общий алгоритм технологии ситуационного анализа</p> <p>Методология получения информации основа ситуационного анализа</p> <p>Ситуационный анализ как метод обучения</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цели дисциплины:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– овладение стилистическими и прочими выразительными ресурсами современного русского литературного языка;</li> <li>– формирование устойчивой языковой и речевой компетенции в разных областях и ситуациях использования литературного языка;</li> <li>– повышение уровня владения речью и формирование коммуникативной компетентности студентов, обеспечение и углубление знаний о литературном языке, его стилях и средствах.</li> </ul> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– получение навыков логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах по</li> </ul>

	освоению лингвистических компетенций для коммуникаций с представителями прессы, радио, телевидения, науки и культуры.
Тематическая направленность дисциплины	<p>Стилистика русского языка как наука</p> <p>Литературный язык в системе национального языка</p> <p>Основные понятия функциональной стилистики</p> <p>Функционально-стилевая дифференциация литературного языка</p> <p>Официально-деловой, научный, публицистический, художественный стили</p> <p>Устная публичная речь. Устные стили массовой информации</p> <p>Стилистическое использование языковых средств</p> <p>Стилистические свойства лексических единиц, связанных с их происхождением</p> <p>Стилистический потенциал фразеологических единиц, словообразования</p> <p>Фонетико-графические средства стилистики</p> <p>Морфологические средства стилистики</p> <p>Тропы и стилистические фигуры</p> <p>Редактирование в процессе коммуникации</p> <p>Текст как объект работы редактора. Основные свойства текста</p> <p>Основные методические процедуры анализа и правки текста</p> <p>Работа редактора с логической основой текста</p> <p>Работа редактора с фактической основой текста</p> <p>Композиция текста как предмет работы редактора</p>
Кафедра	Русского языка и литературы

Название дисциплины	<b>БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины</b> «Бизнес-планирование» - ознакомление с новыми эффективными технологиями в области бизнес-планирования, развития общественных связей в деловой сфере и предпринимательстве, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ с помощью технологий бизнес-планирования.</p> <p>Также целью курса «Бизнес-планирование» является знакомство с теоретическими положениями практическими проблемами, сопровождающими процесс принятия управленческих решений в процессе разработки и мониторинга бизнес-планов в современных экономических условиях.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение роли и место бизнес – планирования в области управления проектами и паблик рилейшнз;</li> <li>- Приобретение знаний о структуре и функции бизнес-планов и документов проектного менеджмента;</li> <li>- Освоение основных методик бизнес– планирования;</li> <li>- Знакомство с организационно-технологическими основами бизнес-планирования в связях с общественностью.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Бизнес-планирование как элемент управленческой политики организации в современных условиях</p> <p>Место бизнес-плана и принципов проектного управления в системе планирования</p> <p>Основные разделы бизнес-плана и их содержание</p>

	Стратегическое планирование организации Моделирование бизнес-процессов. Тайм-менеджмент Анализ результатов и оценка рисков. Планирование специальных мероприятий и фанд-рейзинговых кампаний Креативные инструменты в планировании. Представление проектов слушателей.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> формирование способностей к эффективному использованию ресурсов физической культуры для укрепления здоровья, физического развития и подготовки к социальной и профессиональной деятельности. <b>Задачи:</b> – освоение основ физической культуры, позволяющих успешно выполнять социальные и профессиональные функции; – овладение основами оздоровительных технологий, необходимых для повышения работоспособности, развития психофизических способностей и свойств личности; – повышение двигательных, интеллектуальных и функциональных возможностей организма.
Тематическая направленность дисциплины	Федеральные стандарты по дисциплине «ФК» Компетентностный вектор обучения Принципы управления физической подготовкой Выбор оздоровительных технологий Индивидуальные маршруты физической подготовки ГТО – как системообразующий фактор физической подготовки Занятия в специальных медицинских группах и с инвалидами Ресурсы физической рекреации Методы адаптивного управления физической подготовкой Общая, специальная и профессионально-прикладная подготовка студентов Техническая подготовка Развитие физических качеств Характеристика фитнес-программ Специфика занятий игровыми видами спорта Структура подготовки спортсмена Кондиционная тренировка Соревновательная практика Физическая подготовка на подготовительном и основном отделениях Физическая подготовка в специальных медицинских группах и инвалидов Комплексы ППФП с учётом специфики труда Методы повышения работоспособности
Кафедра	Физической культуры

Название дисциплины	<b>ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНАЯ ДИСЦИПЛИНА)</b>
---------------------	--

<p>Цели и задачи дисциплины</p>	<p><b>Цель дисциплины:</b> формирование физической культуры студента, способного реализовать её в учебной социально-профессиональной деятельности.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– включение студентов в реальную физкультурно-спортивную практику по творческому освоению ценностей физической культуры, её активного использования во всестороннем развитии личности;</li> <li>– овладение оздоровительными технологиями, необходимыми для повышения работоспособности, развития психофизических способностей и свойств личности;</li> <li>– повышение двигательных, интеллектуальных и функциональных возможностей организма;</li> <li>– формирование навыков самостоятельной организации досуга с использованием средств физической культуры и спорта.</li> </ul>
<p>Тематическая направленность дисциплины</p>	<p>Освоение оздоровительных систем К. Купера, Н. Амосова, Л. Лидьярда, Ф. Сулова, П. Иванова, Пилатеса</p> <p>Освоение базовых программ занятий гигиенической гимнастикой и закаливанием</p> <p>Профилактика вредных привычек и профзаболеваний</p> <p>Освоение базовых вариантов занятий оздоровительной ходьбой, статодинамическими и дыхательными упражнениями, элементами релаксации и стретчинга</p> <p>Овладение комплексами ЛФК (коррекционной гимнастики) для студентов с ограниченными возможностями (с учётом соматической патологии) и инвалидов с физическими недостатками</p> <p>Повышение резервных возможностей организма с помощью дыхательной гимнастики К. Бутейко и А. Стрельниковой.</p> <p>Приобретение навыков коррекции нагрузки с учетом нозологии заболевания</p> <p>Освоение комплексов общеразвивающих упражнений для развития силы мышц рук, ног, туловища</p> <p>Освоение комплексов прикладных упражнений, направленных на формирование правильной осанки, повышение вестибулярной устойчивости</p> <p>Организационно-методические основы круговой тренировки</p> <p>Выбор специализации из видов спорта, культивируемых на кафедре (аэробика, баскетбол, бодибилдинг, волейбол, настольный теннис, плавание, футбол)</p> <p>Специфика организации подготовки спортсменов к соревнованиям</p> <p>Система студенческих спортивных соревнований</p> <p>Совершенствование структуры физической подготовки (технической, физической, тактической, психологической и соревновательной)</p> <p>Кондиционная тренировка. Повышение функциональной подготовленности и уровня развития специальных физических качеств</p> <p>Участие в соревнованиях по избранной специализации</p> <p>Всего за семестр:</p> <p>Совершенствование техники танцевальных движений в сочетании с шагами, подскоками, прыжками под ритмичную музыку в темпе.</p> <p>Диверсификация двигательных умений и навыков в</p>

	<p>оздоровительной аэробике.</p> <p>Сопряженное развитие выносливости, гибкости и координационных способностей в аэробике</p> <p>Освоение методов коррекции массы тела, проблемных зон телосложения с помощью физкультурно-оздоровительных технологий</p> <p>Совершенствование техники силовых упражнений с отягощениями (штангой, гантелями, гириями, резиновыми амортизаторами), на тренажерах для разных групп мышц</p> <p>Развитие силы и гибкости разных групп мышц, увеличение мышечной массы тела в атлетической гимнастике</p> <p>Освоение методов самоконтроля физического развития и подготовленности</p> <p>Освоение и совершенствование биодинамических параметров бега трусцой, семенящего бега, бега по различному покрытию, бега в подъём и на спуске, прыжка в длину с места и с разбега</p> <p>Кроссовая подготовка. Формирование разностороннего двигательного потенциала. Устранение излишнего мышечного напряжения, повышение согласованности движений в беговом шаге</p> <p>Полисоревновательная подготовка в легкой атлетике (участие в спаррингах, контрольных забегах, прикидках и соревнованиях)</p> <p>Освоение и совершенствование техники плавания кролем и брассом. Освоение техники поворотов</p> <p>Повышение функциональных возможностей и гибкости при занятиях плаванием</p> <p>Освоение методов оптимизации физической нагрузки и регуляции энергообеспечения в плавании</p> <p>Совершенствование техники перемещения игрока; остановка прыжком и в два шага; повороты; ловля, ведение и передачи мяча; бросок мяча в корзину в баскетболе.</p> <p>Развитие специальной (игровой) выносливости и координационных способностей в баскетболе.</p> <p>Совершенствование технико-тактической подготовленности в баскетболе.</p> <p>Овладение техникой владения мячом и тактикой игры. Перемещения игрока и передача мяча в волейболе.</p> <p>Общая и специальная (игровая) подготовка. Освоение программы тренировочных нагрузок в волейболе.</p> <p>Совершенствование технико-тактической подготовленности волейболиста</p> <p>Овладение техникой владения мячом и тактикой игры. Перемещения игрока и передача мяча в футболе</p> <p>Общая и специальная (игровая) подготовка в футболе. Освоение программы тренировочных нагрузок</p> <p>Совершенствование технико-тактической подготовленности футболиста.</p> <p>Организация самостоятельных занятий с профессиональной направленностью</p> <p>Освоение индивидуальных комплексов упражнений по коррекции осанки, фигуры</p>
Кафедра	Физической культуры

Название дисциплины	<b>КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций, связанных с подготовкой текстов публичных коммуникаций.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомиться со спецификой копирайтинговой и спичрайтинговой деятельности;</li> <li>– овладеть навыками написания разноплановых текстов публичных коммуникаций;</li> <li>– приобрести умение выстраивать копирайтинговую и спичрайтинговую деятельность в соответствии с этапами создания данных видов текстов, с учётом коммуникативной ситуации и профессиональных задач;</li> <li>– ознакомиться с жанровой системой медиатекстов, используемых в сфере прикладных коммуникаций;</li> <li>– приобрести навык написания текстов публичных коммуникаций в условиях заданных контекстом ограничений.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Спичрайтинг и копирайтинг как дисциплина и коммуникативная технология</p> <p>Структура рекламного текста</p> <p>Нейминг</p> <p>Слоган</p> <p>Модульная реклама</p> <p>Печатная реклама</p> <p>Гимнология и легендирование; сценаристика</p> <p>Спичрайтерский текст</p> <p>Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>МЕДИААНАЛИЗ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель освоения дисциплины «Медиаанализ и медиапланирование»</b></p> <p>– освоение принципов и алгоритмов медиаанализа и медиапланирования как составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию, их характеристики в качестве средств рекламы;</li> <li>– освоение основных параметров медиаанализа и медиапланирования;</li> <li>– практическое использование критериев выбора рекламоносителя;</li> <li>– получение студентами навыков составления медиаплана, оценки его эффективности, медиапланирования с использованием компьютерной базы данных.</li> </ul>
Тематическая	Введение и первые этапы маркетинговых исследований

направленность дисциплины	Методы сбора данных Анализ данных и подготовка итогового отчета о маркетинговом исследовании Основные направления маркетинговых исследований в связях с общественностью
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ И PR-КАМПАНИЙ В БИЗНЕСЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> формирование и развитие у студентов профессиональной компетентности по вопросам организации и проведения рекламных и PR-кампаний, овладения ими основами практических навыков разработки и реализации указанных кампаний. <b>Задачи:</b> – дать системное представление о рекламной и PR-кампании как разновидности коммуникационных кампаний, органически включающих креативный и технологический аспекты; – сформировать знания об основных этапах и средствах подготовки и проведения современных рекламных и PR-кампаний, об используемых стратегиях, тактических приемах, коммуникативном инструментарии и особенностях в различных сферах и областях; – развить навыки самостоятельного исследования, планирования и анализа рекламных и PR-кампаний для сферы бизнеса
Тематическая направленность дисциплины	Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампаний в бизнесе Этапы организации и проведения рекламной и PR-кампаний Исследовательский этап подготовки рекламной и PR-кампаний Особенности планирования рекламной и PR-кампаний Средства и каналы коммуникации в рекламной и PR-кампании и их креативный аспект Вопросы реализации рекламной и PR-кампаний Оценка эффективности рекламной и PR-кампаний
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель</b> освоения дисциплины: изучение специфики рекламной и PR-деятельности в бизнес-организациях, формирование у студентов компетенций, позволяющих успешно решать задачи, связанные с информационно-коммуникативным обеспечением деятельности бизнес-структур средствами рекламы и связей с общественностью. <b>Задачи:</b> – уяснить суть бизнеса как сфера рекламы и связей с общественностью, а также субъекты и объекты рекламной и PR-деятельности в этой сфере; – проанализировать инструменты и технологии рекламы и



	<p>связей с общественностью в различных сферах бизнеса на предмет их эффективного использования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить стратегические подходы в организации рекламной и PR-деятельности в бизнесе, а также концептуальные подходы к планированию рекламных и PR-кампаний в сфере бизнеса;</li> <li>– уяснить роль рекламы и связей с общественностью в реализации маркетинговой стратегии коммерческой организации, а также суть модульных технологий в продвижении коммерческих проектов;</li> <li>– раскрыть место и роль рекламы и связей с общественностью в бизнес-консалтинге, а также в информационно-коммуникативном обеспечении корпоративной социальной ответственности коммерческой организации;</li> <li>– уяснить сущность и содержание корпоративной социальной ответственности коммерческой организации.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предмет, цель и задачи курса «Реклама и связи с общественностью в бизнесе».</p> <p>Субъекты и объекты рекламной и PR-деятельности в сфере бизнеса.</p> <p>Инструменты и технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах бизнеса.</p> <p>Организационно-технологические аспекты рекламной и PR-деятельности в бизнесе.</p> <p>Связи с общественностью и реклама в реализации маркетинговой стратегии коммерческой организации.</p> <p>Модульные технологии в продвижении коммерческих проектов.</p> <p>Реклама и связи с общественностью в бизнес-консалтинге.</p> <p>Корпоративная социальная ответственность коммерческой организации.</p> <p>Реклама и связи с общественностью в условиях кризиса коммерческой организации.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> освоения дисциплины: сформировать у студентов представление о современных требованиях к работе деловых СМИ, познакомить их с основами работы и технологией создания бизнес издания и корпоративного СМИ, с системой жанров деловой журналистики.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проанализировать состояние и тенденции развития современной деловой журналистики в России;</li> <li>– освоить формы и методы отражения жизни бизнес сообщества в корпоративных СМИ;</li> <li>– выработать навыки анализа взаимодействия СМИ как субъекта экономического процесса со структурами власти, политическими организациями, другими субъектами экономики;</li> <li>– определить роль прессы в развитии социально-экономической трансформации общества;</li> <li>– раскрыть степень участия средств массовой информации в</li> </ul>

	организации информационного обмена между субъектами бизнеса.
Тематическая направленность дисциплины	История возникновения деловых СМИ в России. Система деловой коммуникации. Деловая пресса как источник информации о профильном рынке труда. Коммуникация в деловых сообществах. Жанры деловой журналистики. Классификация деловых СМИ. Возникновение корпоративных СМИ в России. Корпоративное СМИ как элемент корпоративной культуры.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>КОРПОРАТИВНЫЕ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> изучение теоретических и практических предпосылок создания, становления и развития теории корпоративных коммуникаций, принципов работы организаций различного типа, технологий управления корпоративными коммуникациями, методов оптимизации функционирования коммуникационными потоками. <b>Задачи:</b> 1. Формирование навыков исследований в области корпоративных коммуникаций. 2. Формирование навыков коллективной профессиональной деятельности и эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации. 3. Изучение прикладных практик построения корпоративной политики базисного субъекта. 4. Обучение использованию рекламных и PR-технологий в формировании корпоративной идентичности организации компании.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и история корпоративных коммуникаций Коммуникационные каналы в организации Эволюция внутриорганизационных коммуникаций Коммуникационные потребности сотрудников организации Социальная коммуникация как объект и предмет научного познания Корпоративная культура и ее составляющие Коммуникативный климат организации как элемент корпоративной культуры Совершенствование внутриорганизационной коммуникации
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>БИЗНЕС-ЭТИКЕТ И ПРОТОКОЛ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> подготовка обучающихся к особенностям профессиональной деятельности, а именно изучение основных протокольных мероприятий и процедур, используемых в

	<p>современной деловой практике.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расширить и уточнить представления студентов о правилах делового поведения, принятых в современном обществе;</li> <li>- привить навыки правильного поведения в сфере делового общения.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Основные понятия и определения. Понятие этикета.</p> <p>Вопросы протокола и делового этикета при осуществлении профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p> <p>Соблюдение международного этикета при осуществлении профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах.</p> <p>Стратегия и технология ведения переговоров при осуществлении профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах.</p> <p>Иные формы протокольных контактов с партнерами при осуществлении профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p> <p>Ведение деловой переписки и правила деловой корреспонденция при работе в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p> <p>Этикет поведения делового человека при осуществлении профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p> <p>Основы корпоративного этикета при работе в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.</p> <p>Организация приемов, презентаций при осуществлении профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> дать представление о сущности креативных технологий в коммерческой рекламе и раскрыть специфику производства рекламного продукта.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дать представление о сущности и разновидности рекламной продукции.</li> <li>2. Раскрыть вопросы технологических процессов в полиграфии, наружной, аудио-, видео- и мультимедийной рекламы.</li> <li>3. Развить способность строить свою профессиональную деятельность на основе креативного подхода.</li> </ol>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Рекламный креатив и рекламный продукт: сущность, стратегии разработки продвижения.</p> <p>Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации</p>

	<p>творческих концепции</p> <p>Основы технологии рекламной деятельности</p> <p>Технологии создания печатной рекламы.</p> <p>Технологии производства наружной рекламы.</p> <p>Технологии производства видеорекламы.</p> <p>Технологии производства радиорекламы.</p> <p>Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе</p> <p>Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> ознакомить обучающихся с основами корпоративной социальной ответственности и привить первичные практические навыки работы по разработке программ формирования, развития и управления социальной ответственностью бизнеса.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дать представление о корпоративной социальной ответственности.</li> <li>2. Сформировать знания об основных современных концепциях корпоративной социальной ответственности и технологиях, методике разработки и реализации социальной программы.</li> <li>3. Развить навыки управления корпоративной социальной ответственностью в выпуске и распространении рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы.</li> <li>4. Сформировать навыки этического анализа профессиональной деятельности в области рекламы.</li> </ol>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Социальная ответственность бизнеса: понятие и роль в создании положительного общественного мнения о компании.</p> <p>Модели корпоративной социальной ответственности: современные подходы.</p> <p>Спонсорство и благотворительность как инструменты формирования деловой репутации на принципах корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Корпоративная социальная ответственность как фактор роста стоимости компании.</p> <p>Соблюдение стандартов КСО и требований по представлению социальной отчетности.</p> <p>Роль государства в формировании программ корпоративной социальной ответственности.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ТЕХНОЛОГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ (GR)</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель освоения дисциплины:</b> формирование у студентов компетенций, ориентированных на системное представление о

	<p>теоретических подходах и концепциях GR-коммуникации, ее базовых институтах, процессах, а также на овладение ключевыми технологиями в данной сфере.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– усвоение основных этапов развития теоретических представлений о феномене GR-коммуникации в рамках социально-политических наук;</li> <li>– выявление общих принципов и специфических особенностей ведущих социологических и политологических школ в области анализа взаимодействия институтов гражданского общества и государства;</li> <li>– анализ особенностей коммуникативных технологий взаимодействия различных факторов политики с институтами государственной власти; правовых оснований и профессионально-этических принципов деятельности в GR-сфере, принципов социально-ориентированной деятельности бизнеса, его взаимоотношений с местным сообществом.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Теоретико-методологические основы исследований в сфере GR-коммуникаций</p> <p>Публичная политика как институциональная среда GR-коммуникации</p> <p>Принятие государственно-управленческих решений как коммуникативный цикл: типы и фазы</p> <p>Институты государственной власти РФ и GR-коммуникация GR как профессия</p> <p>Лоббизм: принципы и технологии</p> <p>Конструирование общественной поддержки</p> <p>Мониторинг государственной политики</p> <p>Специальные GR-мероприятия</p> <p>Социальное партнерство и социально-ориентированная деятельность бизнес-организаций</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ БИЗНЕС-СТРУКТУР</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель</b> освоения дисциплины: формирование у обучающихся комплексного понимания информационной безопасности, как нового качественного феномена в условиях функционирования постиндустриального общества, а также принципов и норм сочетания правового, технического, психофизического и этического регулирования в информационном пространстве, направленного на обеспечение баланса интересов личности, общества и государства в бизнесе посредством исполнения требований информационной безопасности.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понимание обучающимися основ информационной безопасности, особенностей ее использования в средствах массовой информации, рекламы, связей с общественностью как самостоятельной отрасли и одновременно подотрасли информационного права;</li> <li>– формирование целостного представления о назначении,</li> </ul>

	<p>характере, содержании и особенностях информационной безопасности, регулирующей правовые, технические, корпоративные и онтологические отношения в сфере бизнеса, рекламы и связей с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– раскрытие системы информационной безопасности, регулирующей различные отношения в рассматриваемой области;</li> <li>– ознакомление с существующей практикой информационной безопасности в масс-медийной, рекламной и PR-деятельности в сфере бизнеса;</li> <li>– освоение основных технологий в сфере информационной безопасности, используемых в СМИ, рекламе и связях с общественностью;</li> <li>– приобретение системных знаний о тенденциях развития информационной безопасности в России и за рубежом.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Понятие, предпосылки и процессы формирования информационной безопасности личности, общества и государства</p> <p>Сущность информационного общества, его особенности тенденции развития</p> <p>Информационная безопасность в системе национальной безопасности. Система информационной безопасности.</p> <p>Понятие и особенности информационных рисков, опасностей и угроз</p> <p>Основы доктрины информационной безопасности.</p> <p>Характеристика технической и психофизической составляющих информационной безопасности</p> <p>Специфика информационной безопасности в бизнесе</p> <p>Особенности информационной безопасности в рекламной и PR-деятельности</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>БРЕНДИНГ В СФЕРЕ БИЗНЕСА</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Целью учебной дисциплины</b> является: формирование у студентов научных представлений о бренде, умение владеть комплексом методов и стратегий разработки бренда и вывода существующего бренда на рынок, а также формирование представлений о рынке и потребителе.</p> <p>Курс построен на методах активного обучения для погружения студента в практикоориентированную учебную активность, в аналитическую деятельность и в деятельность по имитации управленческих решений в сфере брендинга.</p> <p><b>Задачами курса являются:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определить понятие и сущность брендинга на современном этапе;</li> <li>– обосновать место и роль брендинга в системе маркетинга;</li> <li>– изучить современные стратегии и подходы к брендингу с учетом экономических, правовых и социально-культурных особенностей рынка;</li> <li>– выявить особенности и различия вывода на рынок и управления российскими и международными брендами;</li> <li>– рассмотреть маркетинговые, семантические и</li> </ul>

	<p>коммуникативные предпосылки брендинга;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучить практические модели позиционирования бренда на выбранном рынке.</li> <li>– сформировать у студентов представление о структуре и тенденциях развития рынка услуг по рекламе и связям с общественностью (СО) в России и за рубежом;</li> <li>– дать определение понятию «бренд» и охарактеризовать сферу брендинга;</li> <li>– рассмотреть структуру платформы бренда;</li> <li>– сформировать представление о технологиях построения и дальнейшего управления брендом;</li> <li>– привлечь студентов к деятельности, имитирующей аспекты процесса создания и управления брендом.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда.          Процесс создания бренда.          Коммуникативные, семиотические и социально- психологические аспекты брендинга.          Технологии брендинга.          Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом.          Содержание и атрибуты бренда.          Корпоративные формы развития бренда.          Алгоритм разработки бренда.          Практика разработки названия для бренда.          Выбор ключевых визуальных констант.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ИМИДЖМЕЙКИНГ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> формирование профессиональных знаний, умений и навыков в предметной области имиджмейкинга, что обеспечивает основу для их применения, как в частной практике, так и в ситуации участия в крупномасштабных имиджевых проектах, коммуникационных кампаниях и мероприятиях для коммерческих организаций.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение теоретических основ имиджмейкинга.</li> <li>2. Ознакомление с процессом и технологиями конструирования имиджа.</li> <li>3. Формирование практических умений в области исследования, оценки, коррекции и конструирования корпоративного и персонального имиджа.</li> <li>4. Формирование навыков планирования, подготовки и проведении имиджевых коммуникационной кампании и мероприятий для коммерческих организаций.</li> </ol>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Предмет имиджологии как науки. Имидж в системе коммуникации. Психологические особенности формирования имиджа          Виды имиджей. Этапы формирования имиджа. Объекты и методы формирования имиджа. Имиджмейкер как профессия          Индивидуальный имидж. Самопрезентация          Корпоративный имидж. Структура и компоненты имиджа. Имидж и репутация</p>

Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью
Название дисциплины	<b>РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> представить специфику коммуникационной деятельности в финансовой сфере</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определить объем понятия «финансовые коммуникации»;</li> <li>– дать экскурс в историю банковского и страхового дела;</li> <li>– выявить субъектно-объектную сферу финансовых коммуникаций;</li> <li>– представить эффективный инструментарий рекламы и связей с общественностью в сфере финансов.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Финансовые коммуникации: объем понятия</p> <p>История финансового и страхового дела</p> <p>Регулирование в финансовой сфере</p> <p>Субъекты и объекты финансовых коммуникаций</p> <p>Результаты PR-деятельности в финансовой сфере</p> <p>Инструменты коммуникаций в финансовой сфере</p> <p>Реклама в финансовой сфере</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>DIGITAL КОММУНИКАЦИИ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> сформировать у обучающихся представление о специфике цифровых медиа и их отличии от традиционных, о принципах использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью, об основных техниках и приёмах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед пиарменом и рекламистом, ознакомление с системой терминов, используемых для обозначения ключевых понятий в рекламе, связях с общественностью и массовой коммуникации в части, связанной с изучаемым предметом.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– дать представление о современных исследованиях в области применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>– сформировать понимание профессии специалиста в области рекламы и связей с общественностью как специальности, опирающейся в своей деятельности преимущественно на современные компьютерные и телекоммуникационные технологии;</li> <li>– дать представление об основных компетенциях SMM-специалиста и способах их развития;</li> <li>– сформировать основы знания понятийного аппарата телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>– дать представление о специфике, сходствах и различиях</li> </ul>



	<p>применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе, связях с общественностью и журналистике как смежных коммуникативных форм;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сформировать представление о практике сетевой рекламы, создания корпоративных сайтов, вирусных технологиях, краудсорсинге и других телекоммуникационных технологиях, используемых в рекламе и связях с общественностью.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Основы интернет-коммуникаций в рекламе и PR          Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций          Электронный бизнес, интернет-маркетинг и связи с общественностью          Рекламные и PR-технологии в сети Internet          Блоги и социальные сети в рекламе и связях с общественностью          Современные тенденции развития информационных технологий в рекламе и связях с общественностью</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>АНТИКРИЗИСНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> 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.</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– уяснение сущности кризиса как социального феномена и его информационно-коммуникативных составляющих;</li> <li>– приобретение знаний по характеристике целевых групп общественности в условиях кризиса и принципах организации коммуникаций с ними;</li> <li>– знакомство с организационно-технологическими основами антикризисного управления в связях с общественностью;</li> <li>– знакомство со стратегиями антикризисных коммуникаций;</li> <li>– формирование навыков планирования кризисных коммуникаций как элемента антикризисного управления в связях с общественностью;</li> <li>– Уяснение основного содержания антикризисной PR-программы, принципов ее разработки и реализации.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Вводная тема. Предмет, цель и задачи курса "Антикризисные связи с общественностью".          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.          Медиа-планирование в кризисных коммуникациях.          Информационная безопасность и кризис организации.          Кризисная PR-программа в системе кризисных коммуникаций.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b>
Цели и задачи дисциплины	<p><b>Цель дисциплины:</b> изучение основ управления коммуникациями компании, как субъекта социального взаимодействия в контексте решения задач по созданию эффективной коммуникационной структуры организации</p> <p><b>Задачи:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ознакомление с историей становления и развития коммуникационного менеджмента за рубежом и в России;</li> <li>– определение места, роли и функций коммуникационного менеджмента в структуре современного научного знания и практической деятельности;</li> <li>– изучение методик коммуникационного менеджмента и технологии проведения коммуникационного исследования;</li> <li>– рассмотрение специфических моделей взаимодействий между субъектами коммуникаций;</li> <li>– поиск эффективных методов разрешения коммуникационных конфликтов;</li> <li>– оценка разнообразия коммуникационных технологий в арт-бизнесе;</li> <li>– разработка конкретного арт-проекта с целью повышения эффективности управления арт-коммуникациями;</li> <li>– исследование особенностей формирования имиджа менеджера и корпорации (организации);</li> <li>– разработка рекомендаций, способствующих решению сложных задач, стоящих перед современными руководителями в разных сферах коммуникационной деятельности.</li> </ul>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Введение. Предмет цель и задачи курса «Коммуникационный менеджмент»</p> <p>Коммуникативное пространство как средство создания эффективной коммуникационной структуры организации и ее PR – деятельности.</p> <p>Коммуникационный менеджмент как процесс управления рекламными компаниями и мероприятиями.</p> <p>Информационно-аналитическая работа в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием коммуникационного менеджмента</p> <p>Модульные технологии и создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p>Коммуникационное сопровождение коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>Особенности управления рекламными кампаниями и мероприятиями в крупной компании.</p> <p>Особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в мультикультурной среде.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> дать общее понятие о сущности, структуре, особенностях функционирования пресс-службы в организациях. <b>Задачи:</b> – дать определение пресс-службы как самостоятельного информационно-коммуникационного подразделения организации; – определить цели и задачи, функции деятельности пресс-службы организации; – дать типовую структуру пресс-службы организации; – определить специфику с пресс-службы в различных сферах.
Тематическая направленность дисциплины	Медиаарилейшнз как технология PR. Понятие пресс-службы. Цели, задачи, функции пресс-службы. Структура пресс-службы, должностные обязанности сотрудников. Особенности функционирования пресс-сблужбы в различных сферах.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	<b>ЛИДЕРСТВО И ПОСТРОЕНИЕ КОМАНДЫ В БИЗНЕСЕ</b>
Цели и задачи дисциплины	<b>Цель дисциплины:</b> Формирование у обучающихся представлений об особенностях лидерства и управления командой в сфере бизнеса, воспитание у них соответствующих профессиональных и личностных качеств, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. <b>Задачи:</b> – Знать теории лидерства, механизмы выдвижения в лидеры – Владеть закономерностями и принципами командообразования – Организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач в сфере бизнеса – Уметь формировать взаимоотношения в коллективе, корпоративную этику
Тематическая направленность дисциплины	Введение в теорию и практику лидерства Стили лидерства и подходы в управлении организацией Лидерство в системе управления по формированию и развитию корпоративной культуры Командообразование как ключевая функция лидера организации Управление деятельностью команды Инструменты эффективного лидерства
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью