

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор

по учебной и методической работе

/В.Г. Шубаева

«30» *сентября* 20 *19* 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
Форма обучения	очная
Год набора	2019

Санкт-Петербург
2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК	4
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ	4
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	5
ПРАВО	6
ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	6
ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ.....	6
ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ	7
СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК И СТИЛИСТИКА	7
ИСТОРИЯ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА	9
ИСТОРИЯ (ИСТОРИЯ РОССИИ, ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ).....	9
БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ	10
ФИЛОСОФИЯ.....	10
ЭКОНОМИКА.....	10
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ	11
ПСИХОЛОГИЯ	11
ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА.....	12
СОЦИОЛОГИЯ	12
ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	12
МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ И ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....	13
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ.....	13
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	13
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА.....	14
АНАЛИЗ ТЕКСТОВ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	15
БРЕНДИНГ	15
МАРКЕТИНГ	15
КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ.....	15
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	16
ИМИДЖМЕЙКИНГ	16
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....	17
СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИИ	17
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	17
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ.....	18
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ	18
ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ...	18
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ	19
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	19
ПРАВОВОЕ И ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ.....	19
СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	20
ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦСОБЫТИЙ	21

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	21
КОММУНИКАЦИИ ЛИДЕРСТВА.....	21
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	22
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА	22
ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА	22
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА.....	23
ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ.....	23
КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	23
АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	24
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В НЕФТЕГАЗОВОЙ СФЕРЕ.....	24
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ.....	24
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ)	24
СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА	26
БИЗНЕС-ЭТИКЕТ И ПРОТОКОЛ	26

Название дисциплины	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
Цель дисциплины	<p>Развитие <i>иноязычной коммуникативной компетенции</i> (речевой, языковой, социокультурной, компенсаторной и учебно-познавательной):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 аргументированных высказываниях (говорение и письмо), планировать свое речевое и неречевое поведение с учетом специфики ситуации общения; - 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); - 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; - 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; - 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.
Тематическая направленность дисциплины	Влияние СМИ на связи с общественностью. Влияние связей с общественностью на СМИ. Зоны разногласий. Эффективные отношения со СМИ. Кризисная коммуникация. Документация специалиста PR. Встреча с прессой. Работа с редактором. Достоинства и недостатки рекламы.
Кафедра	Английского языка и перевода

Название дисциплины	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ
Цель дисциплины	Формирование знаний и навыков построения грамотной деловой (профессиональной) коммуникации на изучаемом иностранном языке в сфере рекламы и связей с общественностью в бизнесе; формирование и дальнейшее совершенствование навыка создания медиатекстов и (или) других медиапродуктов в соответствии с принятыми языковыми нормами и правилами.

Тематическая направленность дисциплины	Современные международные бренды и реклама. Управление брендами на международном рынке. Конкуренция. Создание конкурентноспособного медиапродукта.. Работа PR отдела и система медиарилейшнз. Медиапродукты (тексты) в сфере спорта. Медиапродукты (тексты) в сфере туризма. Медиапродукты (тексты) в сфере автопромышленности. Медиапродукты (тексты) в гастрономической сфере.
Кафедра	Теории языка и переводоведения

Название дисциплины	ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
Цель дисциплины	Изучение основных принципов использования информационных технологий при решении практических задач; формирование у будущих бакалавров навыков алгоритмизации вычислительных процессов; создание необходимой основы для использования современных средств вычислительной техники и пакетов прикладных программ при изучении студентами естественнонаучных, общепрофессиональных и специальных дисциплин в течение всего периода обучения.
Тематическая направленность дисциплины	Национальные программы цифровизации российской экономики. Методологические аспекты эволюции информационных технологий. Информационный ресурс. Информация. Экономическая информация. Компьютерные технологии организации совместной работы с документами с помощью Microsoft Office 365. Информационные процессы и цифровые технологии. Технологии обработки текстовой информации в Microsoft Word: продвинутый уровень. Цифровые (прорывные) технологии. Работа с данными в Microsoft Excel: продвинутый уровень. Программные средства реализации цифровых процессов: системное и сервисное ПО; файловая структура операционной системы. Теория баз данных. Язык SQL запросов в базах данных: основные понятия. Программирование в MS SQL Server. Распределенные информационно-вычислительные и телекоммуникационные комплексы. Информационные сети. Распределенные реестры. Технологии блокчейн. Криптовалюты. Методы виртуализации и контейнеры технологии. Сетевые технологии обработки данных. Сетевые сервисы и сетевые стандарты. Моделирование как метод познания. Цифровые технологии моделирования. Структура и описание базовой ИТ-систем. Технологии работы с графической информацией в MS Power Point и Visio. Информационные системы - реализация цифровых технологий. Жизненный цикл информационных систем. Информационные системы управления бизнес-процессами класса BPMS: базовый уровень. Экспертные системы и системы поддержки принятия решений. Стандартизация цифровых технологий. Открытые системы: профили открытых систем. Информационная безопасность: технологические аспекты и процессы защиты информации. Инструментальные средства разработки Web-сервисов. Большие данные. Цифровые технологии аналитики больших данных. Технологии “Интернет-вещей”. Облачные и туманные вычисления. Системы искусственного

	интеллекта и машинного обучения. Адаптивные системы на базе мультиагентных технологий. Коллективное поведение автоматов
Кафедра	Информатики

Название дисциплины	ПРАВО
Цель дисциплины	Приобретение студентами знаний в области права для формирования уважения к закону, повышения уровня правосознания и правовой культуры.
Тематическая направленность дисциплины	Государственно-правовое устройство Российской Федерации. Основы конституционного строя и правовой статус личности в Российской Федерации. Отрасли частного права. Отрасли публичного права
Кафедра	Теории и истории государства и права

Название дисциплины	ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	Ознакомление обучающихся с фундаментальными основами дисциплины в историческом становлении рекламной и PR-деятельности, их своеобразных формах и методах в различных общественно-исторических условиях Европы, США России.
Тематическая направленность дисциплины	Роль и значение рекламы в современных условиях. История развития рекламы. Протореклама. Реклама в античном обществе. Социальные факторы формирования рекламы. Реклама в западноевропейской средневековой культуре. Европейская реклама в XIX веке. Реклама в США 19 - начала 20 века. История рекламы в России как часть истории мировой рекламы. Реклама советского периода (1917 – 1991). Российская реклама в конце XX - начале XXI века. Источники связей с общественностью в истории общества. Доисторический период (протопериод) публик рилейшнз. Предыстория публик рилейшнз-эпоха европейской колонизации Америки и американская революция(XVII-XIX). История публик рилейшнз как профессионального вида деятельности: зарубежный опыт. Периодизация связи с общественностью в России
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
Цель дисциплины	Дать общие сведения о коммуникационных специальностях – рекламе и связях с общественностью, журналистике, медиакоммуникациях с учетом тенденции развития медиакоммуникационных систем, указать их отличительные особенности и специфику
Тематическая направленность дисциплины	Реклама, связи с общественностью, журналистика и медиакоммуникации в системе массовых коммуникаций. Новые медиа и развитие медиакоммуникационных систем. Субъекты и объекты массовых коммуникаций. Реклама и связи с общественностью как социальный институт. Профессиограмма

	специалиста по коммуникациям. Работа с источниками информации. Результаты коммуникационной деятельности: паблисити, паблицитный капитал, репутация, имидж, бренд, корпоративная идентичность. Информационная и ивент-компоненты деятельности специалиста по коммуникациям. Интегрированные коммуникации и интегрированные маркетинговые коммуникации
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ
Цель дисциплины	Сформировать системное представление о: ключевых теоретических концепциях в сфере коммуникации в контексте современных информационных процессов, теоретических и практических направлениях применения знаний в сфере коммуникологии специалистами по связям с общественностью и рекламе
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и основные элементы коммуникации как социальной, этической, профессиональной и культурной базы общения. Типология социальной коммуникации. Эволюция социальной коммуникации и современное информационное общество в многообразии этической, ценностной, конфессиональной и культурной проблематики. Процессно-информационный подход к коммуникации. Семиотический подход к коммуникации в сложном конфессиональном, культурном и социально-этическом пространстве современности.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК И СТИЛИСТИКА
Цель дисциплины	Формирование представления о современном русском языке как универсальном средстве общения, обеспечивающем коммуникативные потребности индивидов, социальных групп и слоев российского общества в широчайшем спектре коммуникативных ситуаций; получение навыков логичного и стилистически правильного оформления своих мыслей в письменной и устной формах; освоение лингвистических компетенций для коммуникаций с представителями прессы, радио, телевидения, науки и культуры.
Тематическая направленность дисциплины	Язык и речь. Общенародный русский язык и литературный русский язык. Языковая личность и речевая компетенция, способы повышения речевой компетенции. Аспекты и критерии культуры речи. Языковая норма. Литературный русский язык как система норм. Функционально-смысловые типы речи. Жанры речевого общения. Орфоэпические нормы русского языка и их реализация. Становление единой орфоэпической нормы. Стили произношения. Основные правила произношения гласных и согласных. Особенности произношения заимствованных слов. Русское ударение. Маркированность акцентологических вариантов. Акцентологические ошибки и трудности. Система

	<p>орфографических норм современного русского языка. Понятие лексической нормы. Лексические нормы и их нарушения. Точность и выразительность слова. Ошибки, связанные с незнанием точного значения слова. Лексическая сочетаемость и нарушение ее правил. Речевая избыточность и речевая недостаточность. Тавтология. Употребление слов в прямом и переносном значении; проблема выразительности речи. Паронимия и ее выразительные возможности. Эвфемизмы и их выразительные возможности. Штампы и канцеляризмы. Исконно русская и заимствованная лексика. Новейшие (за 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. Лексика ограниченного употребления. Профессиональная лексика. Диалектизмы. Жаргонная лексика. Словари русского языка, их типы и назначение. 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. Трудные случаи употребления числительных и ошибки в их склонении. Собирательные числительные. Глагол: употребление глаголов с избыточной и дефектной парадигмой. Грамматико-семантические переносы. Синтаксические нормы современного русского литературного языка. Слово и предложение. Синтаксические категории предложения: предикативность, темпоральность, модальность. Категория лица и способы ее выражения на морфологическом и синтаксическом уровнях. Категория модальности и средства ее выражения. Правильность построения фразы; порядок слов. Неверное осмысление грамматических связей между словами в предложении. Система пунктуационных норм современного русского языка: знаки препинания и их основные функции. Современный молодежный жаргон: состав, причины существования. Проблема жаргонизации речи современника, в том числе средств массовой информации. Просторечие и сфера его употребления. Русский речевой этикет и его изменения за последние полвека/пятнадцать лет. Основы риторики. Риторика в историческом аспекте. Виды красноречия. Средства воздействия на аудиторию. Оратор и аудитория. Язык современных средств массовой информации с точки зрения культуры речи: точность, уместность, экспрессивность языковых средств. Речь современных политиков и общественных деятелей. Редактирование в процессе коммуникации. Текст как объект работы редактора. Основные свойства текста. Основные методические процедуры анализа и правки текста. Работа редактора с логической основой текста. Работа редактора с фактической основой текста. Композиция текста как предмет работы редактора</p>
Кафедра	Русского языка и литературы

Название дисциплины	ИСТОРИЯ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА
Цель дисциплины	Дать системное представление об основных особенностях и закономерностях мирового литературно-художественного процесса.
Тематическая направленность дисциплины	Основные теоретические вопросы литературы и искусства. Формирование этических и эстетических представлений на основе знания основных произведений мирового искусства и литературы. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Античная литература и античное искусство. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусство Средних веков. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусство эпохи Возрождения. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусство 17 века. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусство 18 века. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусство эпохи романтизма. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусство 19 века. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусства конца 19 начала 20 века. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Европейская литература и европейское искусство 20 века. Русская литература и русское искусство 20 века. Формирование навыков анализа литературно-художественного текста. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература стран Азии и Америки. Основные этапы и закономерности литературно-художественного процесса. Литература и искусство конца 20 начала 21 века.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ИСТОРИЯ (ИСТОРИЯ РОССИИ, ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ)
Цель дисциплины	Сформировать у студентов представления об основных закономерностях и направлениях исторического процесса; показать место России в этом процессе, выделить общее и особенное в истории российской цивилизации.
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	БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Цель дисциплины	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.
Тематическая направленность дисциплины	Основные понятия, аксиомы и задачи дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». Классификация опасностей и их источников, причин и ущерба. Количественное описание опасностей. Принципы, методы и средства обеспечения безопасности. Анализ и управление безопасностью жизнедеятельности. Характеристика основных форм и условий деятельности. Организация трудового процесса (элементы эргономики) и охрана труда. Санитарно-гигиенические и психофизиологические аспекты безопасности (антропогенные опасности). Специальная оценка условий труда. Биологические опасности. Социальные опасности. Техногенные опасности. Экологические опасности. Общие сведения о чрезвычайных ситуациях. Техногенные чрезвычайные ситуации мирного и военного времени. Природные чрезвычайные ситуации (природные опасности). Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций
Кафедра	Безопасности населения и территорий от чрезвычайных ситуаций

Название дисциплины	ФИЛОСОФИЯ
Цель дисциплины	Формирование основ философской культуры, понимания сущности мировоззренческих проблем, их источников и теоретически обоснованных вариантов решения.
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 в философии. Социальная философия
Кафедра	Философии

Название дисциплины	ЭКОНОМИКА
Цель 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.
Тематическая направленность	Введение в экономику. Рынок и механизм его функционирования. Теория потребительского поведения. Производство и предложение

дисциплины	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	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ
Цель дисциплины	Формирование физической культуры студента, способного реализовать её в учебной социально-профессиональной деятельности.
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	ПСИХОЛОГИЯ
Цель дисциплины	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.
Тематическая направленность дисциплины	Психология как самостоятельная область научного познания. Особенности психологической науки. Методы психологии как способы получения нового знания о человеке. Личность как предмет психологической науки. Основные подходы к исследованию личности. Я -концепция как ядро личности. Психологические исследования образа «Я» и самооценки личности на разных этапах жизненного пути. Познавательная сфера личности. Развитие когнитивного резерва личности. Психология

	эмоциональных переживаний: основные теории и практические рекомендации. Психологические исследования мотивов и мотивации. Ценности как основа мотивационной системы личности. Деятельность как психологический феномен. Характеристики человека как субъекта деятельности. Теоретические основы психологии общения. Роль общения в самопознании и саморазвитии личности.
Кафедра	Педагогики и психологии

Название дисциплины	ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА
Цель дисциплины	Формирование системы знаний в области теории менеджмента, понятийного аппарата дисциплины, создание базы практических навыков использования технологий и инструментов современного менеджмента, развитие управленческого мышления у обучающихся.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и содержание менеджмента. Теоретические основы менеджмента. Краткая история современного менеджмента. Функции менеджмента. Связующие процессы в менеджменте. Организационное поведение. Эффективность менеджмента и современные тенденции в развитии менеджмента.
Кафедра	Проектного менеджмента и управления качеством

Название дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ
Цель дисциплины	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.
Тематическая направленность дисциплины	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.
Кафедра	Социологии и управления персоналом

Название дисциплины	ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цель дисциплины	Овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками управления проектами на всех этапах жизненного цикла.
Тематическая направленность дисциплины	История развития. Методологии и стандарты проектного менеджмента. Основные понятия проектного менеджмента. Классификация проектов. Окружение проекта. Участники проекта. Жизненный цикл проекта. Процессная модель проектного менеджмента. Инициация проекта. Планирование проекта.

	Исполнение проекта. Мониторинг и контроль проекта. Завершение проекта
Кафедра	Проектного менеджмента и управления качеством

Название дисциплины	МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ И ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Цель 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.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и основные элементы межличностных коммуникаций и делового общения. Каналы и средства делового общения и организация обратной связи. Деловые коммуникативные стили. Специфика межличностной и деловой коммуникации в бизнесе. Способы преодоления коммуникативных барьеров. Эффективность устной и письменной деловой коммуникации. Эстетика межличностной и деловой коммуникации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ
Цель дисциплины	Овладение базовыми знаниями по основам рекламы, усвоение знаний правовых и этических основ рекламной, формирование навыков и умений применения инструментов и технологий рекламы при решении конкретных коммуникационных задач.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие, сущность и виды рекламы. Роль рекламы в обществе. 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. Правовые и этические аспекты современной практики и технологий рекламы. Рекламный креатив и рекламный продукт: сущность, стратегии разработки продвижения. Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации креативной концепции Основы технологий рекламной деятельности. Специфика графических программ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, InDesign Технологии создания печатной рекламы. Технологии производства наружной рекламы. Технологии производства видеорекламы. Технологии производства радиорекламы. Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
---------------------	---

Цель дисциплины	Овладение базовыми знаниями теории и практики связей с общественностью, освоение информационных и социолингвистических технологий создания PR-текстов, а также оценочных ориентиров данных продуктов; формирование навыков и умений применения инструментов и технологий медиарилейшенз и медиапланирования.
Тематическая направленность дисциплины	PR-информация в публичных коммуникациях. Проблемы типологии и жанрообразования в письменных PR-коммуникациях. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов. Смежные и медиа PR-тексты. Жанровая характеристика комбинированных первичных PR-текстов. Стратегическое и тактическое медиапланирование. Основные направления медиаметрии. Особенности изучения аудитории различных СМК. Параметры медиапланирования. Ценовые и стоимостные особенности медиапланирования. Методические аспекты и практика медиапланирования на отдельных каналах СМИ. Программное обеспечение для медиапланирования и его использование. Медиаплан и особенности его разработки. Повышение эффективности медиаплана. Медиапланирование в связях с общественностью (медиарилейшенз).
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА
Цель дисциплины	Сформировать у обучающихся систему знаний 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 и особенностях деятельности масс-медиа как сферы творчества и менеджмента.
Тематическая направленность дисциплины	Роль и значение массмедиа в современном дискурсе. Технологические модели масс медиа. Типология СМИ и взаимосвязь с аудиторией. Редакция СМИ как творческий коллектив. Основные технологические схемы выпуска газетно-журнальной продукции. Новостная журналистика и СМК. Методики сбора и проверки информации. Пресс-конференция как феномен взаимодействия СМИ и PR-специалистов. Технология подготовки пресс-конференции. Типы и виды вопросов. Неудобные и провокационные вопросы, техника задавания критических вопросов. Подготовка спикера, роль ведущего, пост пресс-релиз и т.д. Группа информационных жанров. Группа аналитических жанров. Методология создания аналитического текста. Виды и типы корреспонденции. Подготовка и создание аналитического интервью. Специфика жанра делового обзора. Жанр статьи в журнальной журналистике. Группа художественно-публицистических жанров. Поиск героя в современном дискурсе. Виды очерка. Типология интервью. Причины расцвета авторской журналистики. Типология жанра рецензии.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	АНАЛИЗ ТЕКСТОВ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
Цель дисциплины	Освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций, связанных с функционированием и анализом текстов массовой коммуникации.
Тематическая направленность дисциплины	Методология исследования процессов массовых коммуникаций. Различные подходы и методы в анализе текстов массовых коммуникаций. Текст как культурный и коммуникативный феномен. Полифония текстов в культуре. Медиатекст. Типология текстов в структуре массовых коммуникаций. Жанры публицистического текста в различных средствах массовой информации. Рекламный текст в СМИ и его жанры. Жанры PR-коммуникации в современных СМИ. Электронные средства массовой информации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	БРЕНДИНГ
Цель дисциплины	Формирование у студентов научных представлений о бренде, умения владеть комплексом методов и стратегий разработки бренда и вывода существующего бренда на рынок, а также формирование представлений о рынке и потребителе.
Тематическая направленность дисциплины	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.
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	МАРКЕТИНГ
Цель дисциплины	Создание профессиональной компетенции студентов в области маркетинга для ориентации всех функций предприятия на рынок и повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности, достижению поставленных целей в соответствии с правовыми нормами.
Тематическая направленность дисциплины	Маркетинг и общество. Анализ маркетинговой среды предприятия. Маркетинговые исследования. Маркетинговые стратегии. Товарная политика. Ценовая и сбытовая политики маркетинга. Коммуникативная политика. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.
Кафедра	Маркетинга

Название дисциплины	КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ
Цель	Освоение обучающимися системы научно-практических знаний,

дисциплины	умений и компетенций, связанных с подготовкой текстов публичных коммуникаций.
Тематическая направленность дисциплины	Спичрайтинг и копирайтинг как дисциплина и коммуникативная технология. Структура рекламного текста. Нейминг. Слоган. Модульная реклама. Жанры рекламного текста – печатного, радио, телевизионного. Печатная реклама. Гимнология и легендирование; сценаристика. Создание вербального контента для Интернет и социальных медиа . Спичрайтерский текст. Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	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.
Тематическая направленность дисциплины	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
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ИМИДЖМЕЙКИНГ
Цель дисциплины	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.
Тематическая направленность дисциплины	Предмет имиджологии как науки. Имидж в системе коммуникации. Психологические особенности формирования имиджа. Специфика исследования. Виды имиджей. Этапы исследования и формирования имиджа. Объекты и методы формирования имиджа. Имиджмейкер как профессия. Особенности формирования индивидуального имиджа. Самопрезентация. Корпоративный имидж. Структура и компоненты имиджа. Имидж и репутация.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Цель дисциплины	Формирование у обучающихся системного представления об интегрированных коммуникациях, включающего в себя знакомство как с научными подходами к их описанию, так и с практическими аспектами их организации.
Тематическая направленность дисциплины	Концепция интегрированных коммуникаций: теоретические основы. Ключевые понятия. Основные составляющие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эволюция теоретических подходов к описанию интегрированных коммуникаций. Элементы комплекса интегрированных коммуникаций: рабочий инструментарий. Планирование интегрированных коммуникаций как стратегическая деятельность. Организационные и психологические аспекты интегрированных коммуникаций. Особенности интеграции разных типов коммуникаций.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИИ
Цель дисциплины	Ознакомить обучающихся с основами социальных коммуникаций бизнес-организации и привить первичные практические навыки проектной работы по формированию, развитию и управлению социальными коммуникациями бизнес-организации.
Тематическая направленность дисциплины	Социальные коммуникации бизнеса: понятие и роль в создании положительного общественного мнения о компании. Модели корпоративной социальной ответственности: современные подходы. Спонсорство и благотворительность как инструменты социальных коммуникаций. Власть, общество и бизнес. Этические принципы в социальных коммуникациях. Роль государства в формировании социальных коммуникаций и программ корпоративной социальной ответственности
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	Освоение принципов маркетинговых исследований и ситуационного анализа как составляющих процесса планирования рекламных и PR – кампаний
Тематическая направленность дисциплины	Введение и первые этапы маркетинговых исследований. Методы сбора данных. Анализ данных и подготовка итогового отчета о маркетинговом исследовании. Основные направления маркетинговых исследований в связях с общественностью. Ситуационный анализ. Этапы формирования метода, понятийный аппарат. Цели проведения ситуационного анализа и использование полученных результатов на разных этапах PR-деятельности. Методология получения информации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	МЕДИАКОММУНИКАЦИИ
Цель дисциплины	Сформировать системное представление об актуальном состоянии современных медиакоммуникаций.
Тематическая направленность дисциплины	Понятие медиакоммуникации. Медиакоммуникации и журналистика. Исторические модели массмедиа. Теории медиа. Массмедиа как система. Интернет-коммуникация. Сетевые СМИ. Медиакоммуникация и медиатекст. Новостной повод. Повестка дня. Корпоративная медиакоммуникация Глобальные и национальные модели медиакоммуникации.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ
Цель дисциплины	Формирование и развитие у студентов профессиональной компетентности по вопросам организации и проведения коммуникационных кампаний, овладения основами практических навыков их разработки и реализации.
Тематическая направленность дисциплины	Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампаний в бизнесе. Этапы организации и проведения коммуникационных кампаний. Исследовательский этап подготовки коммуникационных кампаний. Особенности планирования коммуникационных кампаний. Инструменты и каналы коммуникации с ЦА в коммуникационной кампании и их креативный аспект. Этап реализации коммуникационных кампаний. Оценка эффективности коммуникационных кампаний.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	Получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и связей с общественностью в организации и практических навыков в решении задач оперативного управления отделом, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела
Тематическая направленность дисциплины	Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в государственных, некоммерческих и коммерческих организациях. Регулятивная документация отдела рекламы и связей с общественностью. Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью. Бюджетирование работы отдела рекламы и связей с общественностью. Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по взаимодействию со средствами массовой информации. Задачи отдела по работе органами государственной власти и общественными организациями, партнерами и

	инвесторами. Производство презентационных материалов и рекламно-имиджевой продукции. Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом. Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ
Цель дисциплины	Формирование компетенций, ориентированных на системное представление о теоретических подходах и концепциях GR-коммуникации, ее базовых институтах, процессах, а также на овладение ключевыми технологиями в данной сфере
Тематическая направленность дисциплины	Модели взаимодействия бизнеса и государства. Специфика GR-деятельности и ее главные цели. Система и структура органов государственной власти и органов местного самоуправления и GR-коммуникация. Эффективное управление GR-проектом. Инструменты и технологии взаимодействия с органами государственной власти. СМИ и социальные медиа как инструмент в GR.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	Сформировать у обучающихся представление о теории и методологии проектного управления, о принципах использования методов проектного управления в практике специалиста по рекламе и связям с общественностью, в том числе сформировать представление об использовании проектного инструментария в планировании и проведении коммуникационных кампаний.
Тематическая направленность дисциплины	Проектное управление в рекламе и связях с общественностью. Важнейшие понятия и области знания. Жизненный цикл проекта. Управление коммуникационными проектами. Человеческие ресурсы и коммуникационная составляющая проектов. Инициация и разработка проекта. Формализация проектных данных на начальном этапе работы над проектом. Уточнение проектного плана: методы и аспекты. Презентация и согласование проекта. Исполнение проекта. Мониторинг (контроль за ходом реализации) проекта.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ПРАВОВОЕ И ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ
Цель дисциплины	Формирование системного знания правовых основ регулирования рекламной и PR-деятельности в области законодательства, регулирующего информационную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной и PR-деятельности; ознакомление обучающихся с основополагающими методами и принципами правового и этического регулирования

	рекламной и PR-деятельности, а также получение ими навыков практического применения норм права.
Тематическая направленность дисциплины	Проблема регулирования рекламной деятельности: базовые определения, постановка и причины возникновения проблемы. История развития принципов и способов регулирования рекламной деятельности. Становление и развитие норм рекламного регулирования в России. Действующее законодательство о рекламе в Российской Федерации. Основа нормативной базы регулирования рекламной деятельности. Общие требования к рекламе с правовой точки зрения. Специальное регулирование отдельных способов распространения рекламы. Специальное регулирование рекламы отдельных видов товаров. Государственный контроль в сфере рекламы. Саморегулирование в сфере рекламы. Консьюмеризм: история возникновения и современное состояние. Связи с общественностью как объект правового регулирования. Информация как объект правоотношений. Правовая культура специалиста по связям с общественностью. Правовой статус субъектов информационных отношений. Избирательное законодательство и связи с общественностью в политике. Правовое регулирование общественных отношений. Интеллектуальная собственность и авторское право. Этические нормы, критерии и правила в связях с общественностью. Общественное регулирование PR-деятельности.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	Познакомить обучающихся с социологическими и психологическими аспектами рекламы и связей с общественностью как коммуникационных сфер; сформировать умение применять теоретические знания в прикладных целях.
Тематическая направленность дисциплины	Социологические факторы возникновения рекламы и PR как массового явления. Роли, особенности и взаимосвязь массового сознания, культуры, рекламы и PR в массовом обществе. Реклама и ценностные ориентации индивида и общества. Социологические основы политической рекламы. Социологические основы социальной рекламы. Особенности социологического анализа средств массовой коммуникации (СМК). Связи с общественностью и деятельность СМК. Методы и техника социологических исследований средств массовой коммуникации и ее аудитории. Социологическое обеспечение коммуникационной кампании. Психографическое сегментирование потребителей. Процесс принятия решения потребителями. Психология восприятия и воздействия рекламы. Психологические аспекты различных видов рекламы. Психологическая экспертиза рекламы. Психологические аспекты PR как управленческой деятельности. Работа с основными группами общественности. Психология PR-взаимодействия со СМИ. Психологические инструменты внутрикорпоративных PR. Психологические аспекты разработки PR-кампаний.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦСОБЫТИЙ
Цель дисциплины	Формирование представлений о роли и специфике специальных мероприятий в интегрированных коммуникациях, реализации и оценки эффективности специальных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью
Тематическая направленность дисциплины	Понятие и виды специальных событий и социальных мероприятий. Событийные коммуникации в современном социокультурном пространстве. Организация и проведение специальных событий. Специальные события в работе со СМИ. Креативные составляющие специальных событий. Специальные события в межкультурной коммуникации. Организационная структура специального события.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
Цель дисциплины	Ознакомление обучающихся с фундаментальными основами дисциплины в историческом становлении конгрессно-выставочной деятельности, ее современном развитии и своеобразных формах и методах в странах Европы, Америки, Азии и в России.
Тематическая направленность дисциплины	История конгрессно-выставочной деятельности в мире и в России. Современный рынок выставок, ярмарок и салонов в России. Рынок выставок, ярмарок и салонов в мире. Классификация мероприятий. Цели и задачи ярмарок, выставок, конгрессов. Конгрессно-выставочная деятельность как коммуникационное средство рекламного воздействия. Подготовка компании к участию в конгрессно-выставочных мероприятиях. PR-сопровождение участия в конгрессно-выставочных мероприятиях. Разработка и подготовка выставочного стенда. Работа конгрессно-выставочных центров и операторов. Разработка сценария и программы конгрессно-выставочного мероприятия. Госзаказ в конгрессно-выставочной индустрии. Сопутствующие сервисы и услуги при проведении конгрессно-выставочного мероприятия. Составление сметы мероприятия. Договорные отношения между участниками конгрессно-выставочного мероприятия. Юридические аспекты участия.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	КОММУНИКАЦИИ ЛИДЕРСТВА
Цель дисциплины	Формирование знаний в области лидерства и командообразования, развитие лидерских качеств, способностей к самопрезентации и управлению малой группой, командой, а также формирование профессиональных компетенций, необходимых выпускнику согласно направлению его подготовки
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

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Цель дисциплины	Дать знания основных положений и технологий управления персоналом; подготовить к самостоятельной постановке и осмысленному решению теоретических и практических проблем в управлении персоналом организации.
Тематическая направленность дисциплины	Место и роль управления персоналом в системе управления предприятием. Функциональное разделение труда и организационная структура службы управления персоналом. Кадровый потенциал компании. Перемещения, планирование деловой карьеры. Подбор персонала и профориентация. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала. Управление мотивацией и стимулированием трудового поведения персонала. Профессиональная и организационная адаптация персонала. Технология управления использованием персонала. Управление эффективностью деятельности персонала.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА
Цель дисциплины	Сформировать у обучающихся представление об интернет - журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, о специфике работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в сетевых СМИ.
Тематическая направленность дисциплины	Глобальная сеть Интернет. Информационные ресурсы сети Интернет. Общие свойства сетевых СМИ. Сетевые СМИ как часть медиасистемы. Особые свойства сетевых СМИ. Сетевые СМИ и различные сферы общественной жизни. Основные проблемы, стоящие перед сетевыми СМИ. Профессия журналиста в сетевых СМИ.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ДЕЛОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА
Цель дисциплины	Сформировать у студентов представление о современных требованиях к работе деловых СМИ, познакомить их с основами работы и технологией создания бизнес изданий, сайтов деловой направленности, экономических и деловых программ, телеканалов, с системой жанров деловой журналистики.
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.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

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

Название дисциплины	ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Цель дисциплины	Изучение теоретических и практических предпосылок создания, становления и развития теории организационных коммуникаций, принципов работы организаций различного типа, технологий управления организационными коммуникациями, методов оптимизации функционирования коммуникационными потоками.
Тематическая направленность дисциплины	Типология и особенности корпоративной культуры. Персонал - целевая аудитория внутрикорпоративного PR . Система нематериальной мотивации. Внутрикорпоративные коммуникации в период кризиса. Каналы и инструменты внутренних коммуникаций. Корпоративные СМИ. Корпоративные мероприятия для сотрудников. Формирование комплексной система обратной связи с сотрудниками. Оценка эффективности внутрикорпоративных мероприятий.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Цель дисциплины	Изучение основ управления коммуникациями компании, как субъекта социального взаимодействия в контексте решения задач по созданию эффективной коммуникационной структуры организации.
Тематическая направленность дисциплины	Коммуникативное пространство как средство создания эффективной коммуникационной структуры организации и ее PR – деятельности. Коммуникационный менеджмент как процесс управления рекламными компаниями и мероприятиями. Информационно-аналитическая работа в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием коммуникационного менеджмента. Модульные технологии и создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. Коммуникационное сопровождение коммуникационных кампаний и мероприятий. Особенности управления рекламными кампаниями и мероприятиями в крупной компании. Особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в мультикультурной среде.

Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью
---------	--

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

Название дисциплины	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В НЕФТЕГАЗОВОЙ СФЕРЕ
Цель дисциплины	Представить специфику коммуникационной деятельности в нефтегазовой сфере
Тематическая направленность дисциплины	Коммуникации предприятия нефтегазовой сферы. История нефтегазовой сферы. Регулирование в нефтегазовой сферы. Субъекты и объекты предприятия нефтегазовой сферы. Результаты PR-деятельности в нефтегазовой сфере. Инструменты коммуникаций в нефтегазовой сфере. Реклама в нефтегазовой сфере.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ
Цель дисциплины	Представить специфику коммуникационной деятельности в финансовой сфере
Тематическая направленность дисциплины	Финансовые коммуникации: объем понятия. История финансового и страхового дела. Регулирование в финансовой сфере. Субъекты и объекты финансовых коммуникаций. Результаты PR-деятельности в финансовой сфере. Инструменты коммуникаций в финансовой сфере. Реклама в финансовой сфере.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (ЭЛЕКТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ)
Цель дисциплины	Формирование физической культуры студента, способного реализовать её в учебной социально-профессиональной деятельности.

<p>Тематическая направленность дисциплины</p>	<p>Освоение оздоровительных систем К. Купера, Н. Амосова, Л. Лидьярда, Ф. Сулова, П. Иванова, Пилатеса. Освоение базовых программ занятий гигиенической гимнастикой и закаливанием. Профилактика вредных привычек и профзаболеваний. Освоение базовых вариантов занятий оздоровительной ходьбой, статодинамическими и дыхательными упражнениями, элементами релаксации и стретчинга. Владение комплексами ЛФК (коррекционной гимнастики) для студентов с ограниченными возможностями (с учётом соматической патологии) и инвалидов с физическими недостатками. Повышение резервных возможностей организма с помощью дыхательной гимнастики К. Бутейко и А. Стрельниковой. Приобретение навыков коррекции нагрузки с учетом нозологии заболевания. Освоение комплексов общеразвивающих упражнений для развития силы мышц рук, ног, туловища. Освоение комплексов прикладных упражнений, направленных на формирование правильной осанки, повышение вестибулярной устойчивости. Организационно-методические основы круговой тренировки. Выбор специализации из видов спорта, культивируемых на кафедре (аэробика, баскетбол, бодибилдинг, волейбол, настольный теннис, плавание, футбол). Специфика организации подготовки спортсменов к соревнованиям. Система студенческих спортивных соревнований. Совершенствование структуры физической подготовки (технической, физической, тактической, психологической и соревновательной). Кондиционная тренировка. Повышение функциональной подготовленности и уровня развития специальных физических качеств. Участие в соревнованиях по избранной специализации. Совершенствование техники танцевальных движений в сочетании с шагами, подскоками, прыжками под ритмичную музыку в темпе. Диверсификация двигательных умений и навыков в оздоровительной аэробике. Сопряженное развитие выносливости, гибкости и координационных способностей в аэробике. Освоение методов коррекции массы тела, проблемных зон телосложения с помощью физкультурно-оздоровительных технологий. Совершенствование техники силовых упражнений с отягощениями (штангой, гантелями, гирями, резиновыми амортизаторами), на тренажерах для разных групп мышц. Развитие силы и гибкости разных групп мышц, увеличение мышечной массы тела в атлетической гимнастике. Освоение методов самоконтроля физического развития и подготовленности. 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. Кроссовая подготовка. Формирование разностороннего двигательного потенциала. Устранение излишнего мышечного напряжения, повышение согласованности движений в беговом шаге. Полисоревновательная подготовка в легкой атлетике (участие в спаррингах, контрольных забегах, прикидках и соревнованиях). Освоение и совершенствование техники плавания кролем и брассом. Освоение техники поворотов. Повышение функциональных возможностей и гибкости при занятиях плаванием. Освоение методов оптимизации физической нагрузки и</p>
---	---

	<p>регуляции энергообеспечения. Совершенствование техники перемещения игрока; остановка прыжком и в два шага; повороты; ловля, ведение и передачи мяча; бросок мяча в корзину в баскетболе. Развитие специальной (игровой) выносливости и координационных способностей в баскетболе. Совершенствование технико-тактической подготовленности в баскетболе. Овладение техникой владения мячом и тактикой игры. Перемещения игрока и передача мяча в волейболе. Общая и специальная (игровая) подготовка. Освоение программы тренировочных нагрузок в волейболе. Совершенствование технико-тактической подготовленности волейболиста. Овладение техникой владения мячом и тактикой игры. Перемещения игрока и передача мяча в футболе. Общая и специальная (игровая) подготовка в футболе. Освоение программы тренировочных нагрузок. Совершенствование технико-тактической подготовленности футболиста. Организация самостоятельных занятий с профессиональной направленностью. Освоение индивидуальных комплексов упражнений по коррекции осанки, фигуры.</p>
Кафедра	Физической культуры

Название дисциплины	СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА
Цель дисциплины	Ознакомление обучающихся с основами планирования работы пресс-службы, подготовки и проведения пресс-конференций, брифингов и других мероприятий, с современной системой прес-рилейшнз, спецификой и особенностями функционирования.
Тематическая направленность дисциплины	Пресс-службы в структуре Public Relations. Структура современной российской пресс-службы. Пресс- секретарь. Принципы работы со СМИ. Пресс-конференция. Материалы для СМИ. Основные функции и методы работы пресс-служб администраций российских регионов. Медиапланирование в работе пресс-службы. Менеджмент новостей. Public Affairs. Работа пресс-службы на правительственном уровне. Пресс-служба Государственной Думы России. Кризисная ситуация и пути преодоления
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

Название дисциплины	БИЗНЕС-ЭТИКЕТ И ПРОТОКОЛ
Цель дисциплины	Подготовка обучающихся к особенностям профессиональной деятельности, а именно изучение основных требований бизнес-этикета и протокольных процедур, используемых в современной деловой практике
Тематическая направленность дисциплины	Понятие бизнес-этикета и протокола. Вопросы протокола и бизнес-этикета при осуществлении профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Соблюдение норм и правил бизнес-этикета при планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний. Вопросы протокола и бизнес-этикета в переговорном процессе. Иные формы протокольных контактов с партнерами при осуществлении профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.

	Этикетные правила при сопровождении рекламных и PR-проектов. Этикет поведения делового человека. Основы корпоративного этикета. Вопросы протокола и бизнес-этикета при планировании, подготовке и проведении некоторых специальных мероприятий.
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью