

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

В.Г. Шубаева

« 23 » Июня 20 22 г.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

Направление подготовки/ <i>Специальность</i>	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) программы/ <i>Специализация</i>	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ
Уровень высшего образования	БАКАЛАВРИАТ
Форма обучения	ОЧНАЯ
Год набора	2022

Санкт-Петербург
2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

Web-дизайн	4
Авторская журналистика	5
Анализ текстов массовой информации	6
Антикризисные коммуникации	6
Безопасность жизнедеятельности	8
Бизнес-аналитика	12
Бизнес-этикет и протокол	14
Брендинг	15
Введение в информационные технологии	16
Введение в коммуникационные специальности	18
Введение в цифровые коммуникации	19
Видео- и аудиоконтент	20
Всемирное культурное наследие	21
Графический дизайн	23
Защита информации в медиасреде	23
Имиджмейкинг	26
Иностранный язык	27
Иностранный язык в профессиональной сфере	27
Интернет-журналистика	28
Информационные войны	29
История (история России, всеобщая история)	30
История литературы и искусства	34
История рекламы и СО	36
Командообразование	38
Коммуникационные технологии лидерства	39
Копирайтинг и спичрайтинг	40
Корпоративные коммуникации	42
Культурная антропология	43
Медиакоммуникации	43
Медиастилистика	44
Межличностные и деловые коммуникации	45
Организация отдела по рекламе и связям с общественностью	46
Организация спецсобытий	49
Основы дизайна и композиции	50

Основы менеджмента	51
Основы теории коммуникации	53
Основы цифровой безопасности.....	54
Основы экономики	56
Право	59
Правовое и этическое регулирование массмедиа	59
Применение информационных систем 1С: ERP Управление предприятием	64
Проект: Разработка и реализация коммуникационного проекта	64
Проектное моделирование.....	66
Проектный менеджмент	67
Психология	68
Психология массовой коммуникации	70
Реклама и связи с общественностью в отрасли	71
Ситуационный анализ в связях с общественностью.....	72
Современная пресс-служба	74
Современный русский язык	75
Социология.....	76
Социология массовой коммуникации.....	77
Тайм-менеджмент в проектной деятельности	78
Теория и практика массмедиа	79
Теория и практика рекламы.....	82
Теория и практика связей с общественностью	85
Технологии обработки и визуализации данных.....	87
Управление визуальным контентом	88
Управление информацией на медиаплатформах.....	89
Учебная практика (ознакомительная практика)	89
Физическая культура и спорт.....	90
Физическая культура и спорт (элективные дисциплины)	92
Философия.....	100
Философия предпринимательства и технологии стартапа	101
Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью.....	102

Название дисциплины	Web-дизайн
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	является проектирование и создание сайтов, удобных для пользователей, обновление устаревших решений, разработка внешнего вида веб-страниц с соблюдением логики в интерфейсах.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в Web-дизайн и принципы дизайнера	Веб-дизайнер проектирует сайты и приложения. Его визуальные решения напрямую влияют на восприятие бренда и продажи. Поэтому веб-дизайн является ключевым направлением, так как дизайн сайтов и мобильных приложений являются одними из основных каналов коммуникации с целевой аудиторией.
Тема 2 Построение практического сайта и процесс Web-дизайна	Проектирование интерфейса по концепции или по образцу уже спроектированной части интерфейса, формальная оценка интерфейса, анализ обратной связи о пользовательском интерфейсе продукта.
Тема 3 Первый заказ: коммуникация с заказчиком и техническое задание	Построение целей и ограничений проекта, обсуждать референсы, планировать сроки. Формирование правильных ожиданий от работы и не обещать слишком много. Составление технического задания.
Тема 4 Идея, модульные сетки, вертикальный ритм, типографика	Поиск дизайн-идеи. Анализ конкурентов, составление мудбордов и подбор удачных референсов для проекта. определение модульной сетки, виды и подбор подходящей для мобильной и полной версий. Управление вниманием пользователей с помощью грамотной композиции и вертикального ритма. Визуальная иерархия. Типографика: как подбирать шрифты и сочетать их между собой. Как создать эффектный дизайн с учётом правил типографики.
Тема 5 Задача текстов в интерфейсах	Требования к текстам для интерфейсов. Основы UX-копирайтинга.
Тема 6 Цвета, фоны, тени, контрастность и читаемость	Цвета и их функция в интерфейсе. Как правильно подбирать палитру для сайта и выделять главные для пользователя элементы. Как создавать реалистичную тень для кнопок и других компонентов дизайна. Принципы инклюзивного дизайна, как создавать сайты для широкой аудитории.
Тема 7 Прототип первой страницы и первый экран страницы	Вайрфрейм — прототип с упором на структуру и логику, а не на визуальное оформление. Метод атомарного дизайна, который ускорит проектирование сайтов. Как завладеть вниманием пользователей с первого экрана. Как создавать кнопки, иконки, поля для ввода данных и формы в едином стиле и масштабе.
Тема 8 Исследование пользователя	Как учесть в дизайне потребности целевой аудитории. Как составлять Customer Journey Map и User Flow, оценивать поведение пользователей на каждом этапе взаимодействия с сайтом.

й: Customer Journey Map и User Flow	
Тема 9 Навигация, дизайн основных блоков, адаптивность и компоненты	Виды навигации, для каких задач и устройств подходит каждый из них. Как создавать карточки товаров, слайдеры, блоки с преимуществами, тарифами и рекламой. Соберёте полноценную страницу и поймёте, как презентовать её клиенту. Презентация своих дизайн-решений, работа с возражениями. Адаптивный веб-дизайн и его принципы. Популярные сетки для адаптивов. Как сделать качественную мобильную версию сайта.
Тема 10 Презентация проекта заказчику	Как оформить проект в эффектную и понятную презентацию. Представление целей и их достижения с помощью разработанного продукта. Экспертный анализ эргономических характеристик программных продуктов. Разработка рекомендаций по оптимизации интерфейсных решений программных продуктов. Определение возможных вариантов интерфейсных решений, наилучшим образом соответствующих задачам пользователей.
Тема 11 Передача макета разработчикам	Как навести порядок в слоях и их названиях, создать простую анимацию элементов и переходы между страницами, составить спецификацию. Как провести дизайн-ревью после вёрстки.

Название дисциплины	Авторская журналистика
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся представление об авторской журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, развить способности творческого использования полученных знаний как в сфере медиа, так и в сфере коммуникационных технологий и рекламы.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Этические нормы журналистики	Этические нормы журналистики и их трансформация под влиянием современных факторов. Зависимость индивидуального стиля журналиста от его мировоззрения и нравственных норм.
Тема 2 Расследовательская журналистика	Расследовательская журналистика. Мотивация журналиста-расследователя. Жанровое воплощение журналистского расследования. Методы «маски» и «испытано на себе» в современной журналистике.
Тема 3 Спецрепортаж	Спецрепортаж : выбор темы, подготовка, источники информации. Специфика работы журналиста в «горячих точках».
Тема 4 Экологическая журналистика	Актуальные проблемы охраны окружающей среды и экологическая журналистика.
Тема 5 Спортивная журналистика	Спортивная журналистика. Спортивный комментарий и техника речи. Аналитика, экспертиза и прогноз в спортивных публикациях.

Тема 6 Авторский проект в телевизионных СМИ	Природа авторского проекта в телевизионных СМИ; концепция, тематика, индивидуальный стиль дизайна, язык и мастерство телеведущего, - на примере передачи «Намедни», «Времена», «Агора». Авторский проект как частный вид Интернет-журналистики.
Тема 7 Журналистика гламура	Журналистика гламура и инфотеймент. Лайфстайл: рецензии, листинги, колонки.

Название дисциплины	Анализ текстов массовой информации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций, связанных с функционированием и анализом текстов массовой коммуникации.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Текст.	Узкое и широкое понимание текста Основные текстовые категории (ТК).
Тема 2 Современный медиатекст.	Медиатекст: объем и границы понятия. Типология медиатекстов. Фактчекинг медиатекста.
Тема 3 Филологический анализ текста.	Виды филологического анализа текстов МК. Лингвистика и стилистика текста. Примерный план филологического анализа текста.
Тема 4 Социологические методы анализа текстов.	Контент-анализ или анализ содержания текстов МК. Частотный социологический анализ текстов МК.. Качественный социологический анализ текстов МК.
Тема 5 Психолингвистические методы.	Психолингвистический подход к тексту МК. Психолингвистический эксперимент. Ассоциативный эксперимент. Свободный ассоциативный эксперимент. Направленный ассоциативный эксперимент. Метод семантического дифференциала. Исследование Ч. Осгуда. Косвенные методы. Психофизиологические методы.
Тема 6 Лингвистическая экспертиза.	История развития лингвистической экспертизы текстов массовой коммуникации в Российской Федерации. Процедурные моменты производства экспертизы текста Требования к лингвистической экспертизе. Экспертиза поликодового текста.
Тема 7 Лингвистическая и нелингвистическая экспертиза рекламных текстов и товарных знаков.	Лингвистическая экспертиза рекламных текстов. Экспертиза товарных знаков.

Название дисциплины	Антикризисные коммуникации
----------------------------	-----------------------------------

Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Кризис, основные методологич еские подходы.	Понятие кризиса. Причины и факторы кризиса. Структура кризиса.
Тема 2 Антикризисн ый менеджмент и антикризисн ые связи с общественно стью.	Основные понятия и концепции их соотношения. Роль антикризисных СО в антикризисном менеджменте. Антикризисный пиар как работа с репутацией.
Тема 3 Типология кризисов.	Признаки типичной кризисной ситуации. Предпосылки кризиса. Концепция рисков. Типы кризисов по масштабу, длительности, с точки зрения менеджмента. Концепции С.Блэка, С. Катлипа, Д. Ньюсома и др.
Тема 4 Целевые группы общественно сти в кризисе.	Понятие ЦГО с точки зрения различных типов кризиса. Внешняя и внутренняя общественность. Медиа как основная ЦГО кризиса. Потребители как одна из основных ЦГО. Роль персонала в реализации антикризисной программы
Тема 5 Коммуникац ии с ЦГО в период кризиса. Каналы и мэсседжи.	Кризисный план коммуникаций. Контроль за информацией в начальный период кризиса. Каналы распространения информации. Условия для коррекции негативной информации. Характер ключевых сообщений. Работа с журналистами. Стратегия борьбы со слухами (Уолтер Джон). Отличия кризисных пиар-сообщений от обычного режима управления репутацией
Тема 6 Антикризисн ая программа.	Оценка потенциальных рисков. Подготовка необходимых документов. Сервис оповещения. Антикризисный комитет. Антикризисные стратегии.
Тема 7 Докризис- кризис- посткризис.	Основные задачи докризисных мероприятий. Типичные стадии действий компании при устранении кризиса. Технологии превентивной PR-кампании.
Тема 8 Антикризисн ые коммуникац ионные действия в ситуации слияния/погл	«Слияние/поглощение» как вид кризиса организации. Виды слияния активов. Недружественное поглощение/рейдерство. Коммуникации при рейдерском захвате. Рейдерство и медиа. Цели антикризисного PR при банкротстве.

ощения бизнеса.	
Тема 9 Специфика антикризисн ых пиар- действий в различных сферах деятельности	Антикризисные коммуникации в бизнесе: сферы авиаперевозки, производство продуктов питания, химическая промышленность. Антикризис в сфере культуры, образования и здравоохранения.

Название дисциплины	Безопасность жизнедеятельности
Кафедра	Кафедра безопасности населения и территорий от чрезвычайных ситуаций
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Основные понятия, аксиомы и задачи дисциплины «Безопасност ь жизнедеятел ьности».	Основные понятия и определения. Жизнедеятельность и ее безопасность. Обмен веществом, энергией, информацией между человеком и средой его обитания; интенсивность этих обменных потоков. Триада «опасность – причины – ущерб». Источники опасностей и объекты их воздействия. Эволюция среды обитания и сохранение жизни; положительные и отрицательные аспекты научно-технического прогресса. Аксиомы «Безопасности жизнедеятельности» (БЖД). Цели и задачи БЖД, ее место в современном мире.
Тема 2 Классификац ия опасностей и их источников, причин и ущерба.	Классификация опасностей: по происхождению, по сфере действия, по времени проявления последствий, по локализации энергии и др. Классификация источников опасностей: по мощности, по времени действия, по положению в пространстве и др. Классификация причин: по природе, по отношению к объекту (субъекту) воздействия и др. Классификация ущерба: по масштабам, по сфере проявления и др.
Тема 3 Количествен ное описание опасностей.	Риск как количественная характеристика опасности. Риск события, риск поражения, риск ущерба. Виды риска: индивидуальный и групповой, технический и социально-экономический, профессиональный и др. Методы оценки риска. Статистика и восприятие риска; пути и опыт устранения несоответствия. Концепция приемлемого риска. Поле источника опасности и его описание. Условный (параметрический) и координатный законы поражения.
Тема 4 Принципы, методы и средства обеспечения безопасности	Принципы обеспечения безопасности. Понятие и примеры. Ориентирующие, технические, организационные и управленческие принципы. Методы обеспечения безопасности. Понятие и примеры. Гомосфера и ноксосфера. Средства обеспечения безопасности. Понятие, классификация, примеры. Технические средства обеспечения безопасности и показатели их надежности.

<p>Тема 5 Анализ и управление безопасностью жизнедеятельности.</p>	<p>Системный подход при анализе и управлении безопасностью. Логические операции, используемые при анализе безопасности. Графическое изображение причинно-следственных связей при анализе риска и расследовании чрезвычайных происшествий: «дерево событий», «дерево опасностей и причин», «дерево отказов». Методы анализа: прямой и обратный, априорный и апостериорный. Прогнозирование обстановки и задачи прогнозирования. Сущность управления безопасностью. Функции (этапы) управления безопасностью. Декомпозиция предметной деятельности. Примерная схема проектирования БЖД.</p>
<p>Тема 6 Характеристика основных форм и условий деятельности . Организация трудового процесса (элементы эргономики) и охрана труда.</p>	<p>Основные формы жизнедеятельности. Физический и умственный труд; тяжесть и напряженность труда. Условия деятельности: безопасные (оптимальные, допустимые), вредные, травмоопасные. Работоспособность и ее динамика; фазы трудовой деятельности. Основные положения эргономики. Направления установления соответствия (совместимости) среды обитания и человека. Опасные и вредные производственные факторы. Причины производственного травматизма и профессиональных заболеваний. Регистрация, расследование и учет несчастных случаев на производстве. Показатели травматизма и оценка ущерба от него. Профилактика несчастных случаев. Организация охраны труда на предприятии. Виды инструктажей по технике безопасности. Законодательные и нормативно-правовые акты в области охраны труда; государственный надзор и общественный контроль за их соблюдением. Ответственность за нарушение законодательства об охране труда.</p>
<p>Тема 7 Санитарно-гигиенические и психофизиологические аспекты безопасности .</p>	<p>Сенсорные системы человека. Закон восприятия Вебера-Фехнера. Микроклимат. Параметры микроклимата и их нормирование. Влияние отклонения параметров микроклимата от нормативных значений на эффективность деятельности и здоровье человека. Обеспечение нормативных параметров микроклимата: вентиляция, кондиционирование, отопление и др. Естественное и искусственное освещение. Влияние освещенности рабочих мест на безопасность и эффективность труда. Основные требования к освещенности помещений и рабочих мест, принципы и параметры нормирования. Источники искусственного света. Психические процессы, свойства и состояния. Психические нагрузки и их влияние на состояние и поведение человека. Особые психические состояния индивидуумов и групп людей и их оценка с точки зрения БЖД. Психологическое тестирование.</p>
<p>Тема 8 Специальная оценка условий труда.</p>	<p>Трудовое законодательство. Охрана труда. Производственная санитария, техника безопасности. Опасные и вредные производственные факторы. Порядок проведения специальной оценки условий труда. Классификация условий труда.</p>
<p>Тема 9 Биологические опасности. Социальные опасности.</p>	<p>Источники и причины проявления биологических опасностей. Ядовитые грибы, растения и животные. Инфекционные болезни и их возбудители. Особенности протекания и распространения инфекционных болезней. Защитные мероприятия: вакцинация, применение антибиотиков, обсервация, карантин, дезинфекция и др. Понятие, причины и классификация социальных опасностей. Виды социальных опасностей: шантаж, разбой, заложничество, террор, наркомания, алкоголизм, социально-значимые заболевания, суицид и др. Национальные, религиозные, внутри – и межгосударственные разногласия и взаимные претензии и их последствия. Профилактика и борьба с социальными опасностями.</p>
<p>Тема 10 Техногенные опасности.</p>	<p>Механические активные (кинетические) и пассивные (потенциальные) опасности: движущиеся тела (транспортные средства, станочное и иное оборудование), высота, наклонные и скользкие поверхности и др. Параметры</p>

	<p>механических опасностей. Организационные и технические мероприятия по защите от механических опасностей. Обеспечение безопасности при эксплуатации технических систем, включающих емкости с аномальными значениями основных параметров состояния среды. Сосуды под давлением (баллоны, котлы), компрессоры, трубопроводы; вакуумные приборы. Нагревательные устройства и печи; холодильники и криогенные установки. Технические и организационные защитные мероприятия. Опасности, связанные с механическими колебаниями: вибрация, шум, инфра- и ультразвук. Источники, виды, параметры и нормирование механических колебаний различной частоты. Негативное воздействие, способы и средства защиты от шума, вибрации, инфра- и ультразвука. Опасности, связанные с электромагнитными излучениями: электромагнитные поля радиочастот, видимый свет, инфракрасное и ультрафиолетовое излучения; лазерная техника. Источники и параметры, негативное воздействие и нормирование, способы и средства защиты от электромагнитных излучений и полей различной длины волны. Электрический ток как негативный фактор. Поражающее действие и факторы, его определяющие; виды поражений электрическим током и первая помощь при электрическом ударе. Параметры и нормирование, принципы, способы и средства защиты от электрического тока. Статическое электричество: источники и защитные мероприятия. Атмосферное электричество: молнии и защита от них.</p>
<p>Тема 11 Экологическая опасность.</p>	<p>Загрязнение атмосферы, гидросферы и литосферы. Основные виды, источники и последствия загрязнения. Нормирование и контроль качества воздуха, воды и почвы. Активные и пассивные методы защиты человека от выбросов вредных веществ. Сухие и мокрые методы очистки атмосферных выбросов от пыли. Сорбционные, термические и биологические методы очистки от газообразных загрязнений. Виды сточных вод и их очистка механическими, физико-химическими и биологическими методами. Твердые и жидкие отходы и их переработка. Рассеивание выбросов, санитарно-защитные зоны. Безотходные и малоотходные технологии: понятие и основные элементы. Углубленная оценка ущерба от загрязнения окружающей среды.</p>
<p>Тема 12 Общие сведения о чрезвычайных ситуациях.</p>	<p>Понятие чрезвычайной ситуации (ЧС) и ее признаки. Условия и причины возникновения ЧС. Зона ЧС и очаг поражения; авария и катастрофа. Классификация ЧС: по природе возникновения, по масштабам, по скорости развития; по видам зон воздействия и др. Фазы протекания ЧС.</p>
<p>Тема 13 Техногенные чрезвычайные ситуации мирного и военного времени.</p>	<p>Радиоактивные вещества и ионизирующие излучения. Естественная и искусственная радиация. Параметры и нормирование, последствия и защита от воздействия ионизирующих излучений. Радиационно опасные объекты мирного и военного назначения. Ядерное оружие и средства его применения. Аварии на АЭС, их категорирование и поражающие факторы. Ядерные взрывы, их виды и поражающие факторы. Сравнение радиационной обстановки при аварии на АЭС и при ядерном взрыве. Зонирование территории и критерии для принятия решений о защитных мероприятиях при радиационной аварии и при ядерном взрыве. Вредные и ядовитые вещества, аварийно-химически опасные вещества, боевые отравляющие вещества. Параметры и классификация опасных веществ мирного и военного назначения. Нормирование, последствия и защита от воздействия опасных веществ. Химически опасные объекты, их категорирование и аварии на них. Химическое оружие и средства его применения. Зоны химического заражения, их параметры и факторы, на них влияющие. Защита населения и территорий при химических авариях. Горение и пожар. Сущность, условия возникновения и разновидности процесса горения. Характеристики пожароопасности</p>

	<p>веществ. Классификация помещений по степени пожароопасности, зданий и сооружений – по степени огнестойкости. Зажигательное оружие и средства его применения. Пожары: их основные причины, поражающие факторы и фазы протекания. Правила поведения и средства спасения людей при пожаре. Принципы и способы тушения пожаров; огнегасительные вещества и средства пожаротушения. Средства пожарной сигнализации и извещения. Пожары в населенных пунктах: их разновидности и факторы, влияющие на их распространение; мероприятия противопожарной защиты. Ландшафтные пожары: их виды, особенности и методы борьбы. Взрывы. Мощность взрыва, тротильный эквивалент. Поражающие факторы взрывов и их параметры. Особенности взрывов топливовоздушных смесей. Взрывоопасные объекты мирного и военного назначения. Взрывчатые боеприпасы и средства их доставки. Степени поражения людей, степени разрушения зданий и сооружений, зоны разрушений в населенных пунктах при взрывах. Предупреждение взрывов и уменьшение ущерба от них.</p>
<p>Тема 14 Природные чрезвычайные ситуации (природные опасности).-</p>	<p>Понятие и основные причины, поражающие факторы и параметры природных опасностей. Способы и возможности защиты от природных опасностей. Литосферные опасности и ЧС: геофизические – землетрясения, извержения вулканов и геологические – оползни, сели, снежные лавины. Гидросферные опасности и ЧС: паводки, наводнения, цунами, волнения на море. Атмосферные опасности и ЧС: циклоны, антициклоны, ураганы, смерчи, туманы, ливни, грады, обильные снегопады. Космические опасности: космические тела и излучения. Особенности проявления, негативные последствия и защита от космических опасностей.</p>
<p>Тема 15 Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях.</p>	<p>Правовые и нормативные акты в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС). Задачи, структура, режимы функционирования и направления деятельности РСЧС. Опасные производственные объекты: их регистрация и лицензирование. Экспертиза и декларация безопасности опасных производственных объектов. Структура гражданской обороны объекта экономики и задачи гражданских организаций гражданской обороны. Планирование мероприятий и подготовка руководящего состава и персонала объекта, а также населения в области гражданской обороны. Способы и средства защиты в чрезвычайных ситуациях. Эвакуационные мероприятия. Средства коллективной защиты: их виды и требования, предъявляемые к ним. Средства индивидуальной защиты: их классификация, принцип действия и возможности.</p>
<p>Тема 16 Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Основы организации аварийно-спасательных и других неотложных работ. Очередность, стадийность и последовательность ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. Определение состава сил и средств для ведения работ. Особенности проведения работ в зонах заражения (радиационного, химического, бактериологического), в зонах разрушений и пожаров (при взрывах, землетрясениях и др.), в зонах затоплений. Способы оказания первой помощи пострадавшим. Медицина катастроф как элемент системы чрезвычайного реагирования в экстремальных ситуациях.</p>
<p>Тема 17 Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных</p>	<p>Понятие устойчивости объекта экономики в чрезвычайных ситуациях. Факторы, влияющие на устойчивость функционирования объекта. Организация исследования устойчивости объекта. Оценка защищенности рабочих и служащих, физической устойчивости зданий и сооружений, устойчивости работы оборудования, коммуникаций, технологий, надежности системы управления и материально-технического снабжения. Пути повышения устойчивости функционирования производственных объектов с учетом вероятности возникновения чрезвычайных ситуаций. Подготовка к</p>

ых ситуациях.	безаварийной остановке производства и быстрому восстановлению нарушенного производства.
----------------------	---

Название дисциплины	Бизнес-аналитика
Кафедра	Кафедра информатики
Цель освоения дисциплины	Изучение теоретических основ и технологий этапов жизненного цикла BI-решений (подключение к разнообразным источникам данных; очистка и преобразование данных; получения новых данных: модели данных; визуализации данных и публикация готового BI-решения), практические навыки командной работы с потоками данных, использование аналитики искусственного интеллекта в Microsoft Power BI.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 BI-решения для бизнес-аналитики и визуализации больших данных: теоретические основы.	Большие данные как одно из прорывных цифровых технологий, непосредственно влияющих на глобальную технологическую конкурентоспособность бизнеса. Роль и место больших данных в цифровой трансформации бизнеса и развития цифровой экономики страны. Большие данные в Национальных программах информатизации и развития цифровой экономики. Обзор функциональных возможностей BI-решений (англ. Business Intelligence, BI-решения) для бизнеса. Инструментальные интерактивные панели Отчеты (англ. Business Intelligence Dashboard) поддержки принятия управленческих решений на всех уровнях управления экономической системой. Основные понятия и инструменты BI-решения: источники данных; модели данных; наборы данных; отчеты; инструментальные панели и др. Обзор BI-решений.
Тема 2 Общие сведения, получение доступа, установка и знакомство с решением Microsoft Power BI в составе платформы Power Platform и экосистемы Microsoft 365.	Общие сведения о сервисах экосистемы цифровой платформы Microsoft 365. Функциональные возможности Microsoft Power BI в составе Microsoft Power Platform. Подключение к платформе Microsoft 365 и службе Microsoft Power BI с аккаунтом Microsoft студента СПбГЭУ. Установка Microsoft Power BI Desktop. Учебные модели Power BI на платформе MICROSOFT LEARN. Лучшие практики построения интерактивных BI-отчетов в Microsoft Power BI.
Тема 3 Начало работы в Microsoft Power BI. Совместная командная работа над BI-проектом.	Стандартные блоки Microsoft Power BI: данных; представление модели данных; представление отчетов. Организация командной работы в Power BI, интеграция BI-решения в Microsoft Teams и другие сервисы платформы Microsoft 365 для совместной работы над BI-проектом. Загрузка и работа с готовыми информационными панелями и созданными ранее интерактивными BI-отчетами в облачной службе Power BI. Разработка первого BI-решения при подключении к локальному файлу электронной таблицы.
Тема 4 Подключени	Обзор источников данных в Microsoft Power BI. Подключение к данным в Power BI Desktop с использованием встроенных коннекторов к WEB-сервисам,

<p>е к источникам данных в Power BI: импорт данных и Direct Query. Редактор запросов Power Query.</p>	<p>базам данных, локальным файлам, потокам данных и др. Импорт данных в Power BI и подключение к данным с использованием Direct Query. Ввод новых данных. Представление запросов на подключение к источникам данных в редакторе запросов Power Query. Создание опросов, подключение к результатам опросов в Power BI. Редактор запросов Power Query для подключения, очистки и преобразования данных. работа с шагами запроса, объединение запросов. Знакомство с языком и функциями Power Query M.</p>
<p>Тема 5 Модели данных в Power BI Desktop, публикация и обновление набора данных в службе Power BI.</p>	<p>Схемы модели данных и типы связей между таблицами данных в моделях данных Power BI. Инструменты моделирования данных в Microsoft Power BI. Моделирование данных и подготовка готового набора данных в Wicrosoft Power BI DeskTop. Публикация набора данных в облачном сервисе Microsoft Power BI. Настройка обновления данных. Предоставление доступа и совместное использование набора данных в облачном сервисе Microsoft Power BI.</p>
<p>Тема 6 Использование языка выражений анализа данных (DAX) для решения ряда задач анализа данных и основных вычислений.</p>	<p>Назначение языка выражений анализа данных (DAX) для решения ряда задач анализа данных и основных вычислений. Справочник языка DAX. Основные понятия DAX: мера, вычисляемый столбец; вычисляемая таблица. Создание собственных мер. Преобразование и получение новых данных при помощи функций языка DAX.</p>
<p>Тема 7 Создание интерактивных отчетов и панели мониторинга в Power BI.</p>	<p>Понятия: приложение; панель мониторинга и интерактивный отчет. Инфографика и визуализация данных. Продвинутое визуализация в Power BI. Основные виджетов, доступных в Power BI, получение дополнительных визуальных элементов. Создание многостраничного интерактивного отчета с визуализацией на основе модели набора данных; создание панели мониторинга из отчета. публикация отчета в службе Power BI. Предоставление доступа и совместное использование панели мониторинга и интерактивных отчетов в облачном сервисе Microsoft Power BI.</p>
<p>Тема 8 Расширенные возможности Power BI: создание, настройка и тестирование автоматизированных рабочих потоков в</p>	<p>Потоки в Microsoft Power Automate: виды облачных потоков; классические потоки на базе роботизированной автоматизации процессов (RPA); потоки бизнес-процессов. Создание, настройка и тестирование облачных потоков в Power Automate. Интеграция оповещений о данных Power BI с Power Automate. Экспорт отчета Power BI и его отправка по электронной почте с помощью Power Automate. Обновление набора данных при получения новых ответов опроса с помощью Power Automate.</p>

Microsoft Power Automate для работы с данными в Power BI.	
Тема 9 Дополнительные возможности работы в Power BI: использование искусственного интеллекта Microsoft Azure Cognitive Services в Power BI.	Аналитика искусственного интеллекта в Microsoft Power BI. Доступ к набору функций Azure Cognitive Services, службы анализа тональности, извлечения ключевых фраз, распознавания языка и добавления тегов к изображению.

Название дисциплины	Бизнес-этикет и протокол
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Подготовка обучающихся к особенностям профессиональной деятельности, а именно изучение основных протокольных мероприятий и процедур, используемых в современной деловой практике.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Основные понятия протокола и делового этикета	Основные понятия и определения. Понятие этикета. Виды этикета, его основы и принципы. Исторический аспект развития этикета. История этикета в России. Этикет и мораль. Этикет в профессии. Вопросы протокола и делового этикета. Протокольные вопросы приема деловых партнеров, подготовка программы пребывания. Порядок встречи. Визит вежливости. Подготовка помещений. Рассадка за столом переговоров.
Тема 2 Международный этикет	Правовые основы делового общения с зарубежными партнерами. Национальные особенности делового общения: США, Франция, Великобритания, Германия, Италия, Испания, Китай, Япония, Корея, Арабские страны, Россия и др.
Тема 3 Стратегия и технология ведения переговоров	Функции переговоров: разрешение конфликтов и спорных вопросов, информационно-коммуникативная функция, координация действий, принятия совместных решений. Проблематика и типология переговоров. Формат переговоров: конгресс, конференция, саммит, сессия, совещание, встречи различных групп и комиссий. Технология и психология делового общения. Подготовка к деловым беседам и переговорам. Подход и типы поведения на переговорах. Конфликт и пути его решения. Невербальные компоненты общения. Национальные особенности невербального общения.
Тема 4 Иные формы протокольных контактов с партнерами	Визитные карточки и их использование, правила оформления; выражение благодарности, подарки и сувениры. Правила вручения деловых подарков. Виды деловых подарков в России и других странах мира. Телефонные переговоры.

Тема 5 Деловая корреспонденция	Деловая корреспонденция: функции и виды. Требования к содержанию и оформлению торгового соглашения, сделки; письма с благодарностью; поздравления; извинения; требования и запроса; соболезнования.
Тема 6 Этикет поведения делового человека	Внешний облик делового человека: культура речи, манеры поведения, одежда и др. Профессиональные (деловые) и личные качества современного делового человека. Этикет деловой женщины, делового мужчины.
Тема 7 Основы корпоративного этикета	Отношения с коллегами. Отношения руководителей и персонала. Деловые контакты. Посетители и клиенты. Интерьер кабинета и офиса. Принципы оборудования рабочего места.
Тема 8 Организация и проведение официальных приемов	Организация приемов, презентаций. Понятие о приеме, виды приемов и банкетов, их классификация. Подготовка к проведению приема. Сервировка столов зависимости от вида банкета. Рассадка участников банкета в зависимости от статуса.

Название дисциплины	Брендинг
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов научных и практических представлений о бренде, умения владеть комплексом методов и стратегий разработки бренда и вывода существующего бренда на рынок, а также технологиями его дальнейшего сопровождения.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие брендинга. Структура и разновидности и бренда.	Определение понятий «бренд», «торговая марка» и «товарный знак». Определение понятия «брендинг». Теория эволюции брендинга.
Тема 2 Проектирование бренда. Позиционирование. Идентификация.	Понятие позиционирования. Этапы позиционирования. Стратегии позиционирования. Задачи. Типы позиционирования (Д. Ниму). Алгоритм позиционирования. Позиционирование и слоган. Идентичность бренда (Капферер). Колесо бренда: ценности, индивидуальность, ядро.
Тема 3 Проектирование бренда. Нейминг. Создание визуальной айдентики.	Этапы проектирования бренда. Сущность нейминга. Формальные критерии нейминга. Этапы нейминга. Анализ неймов в брендинге. Элементы визуальной идентификации. Брендбук.
Тема 4 Коммуникация бренда.	Коммуникативная политика бренда. Этапы коммуникативной политики: идентичность и имидж, идентичность и позиционирование. Коммуникативная карта бренда. Бренд-код.
Тема 5 Архитектура брендов.	Понятие. Этапы создания архитектуры брендов. Структура портфеля. Модель Branded House. Модель House of Brands. Графическое и вербальное воплощение архитектуры.

Портфель брендов.	
Тема 6 Стратегии брендинга.	Понятие. Brand extension – растяжение бренда. Brand expansion – расширение бренда. Особенности, преимущества и недостатки. Кобрендинг.
Тема 7 Марочный капитал бренда и подходы к его оценке.	Понятие и сущность марочного капитала, факторы его оценки. Return on Brand Investment. Аудит бренда и параметры его оценки. Оценка стоимости брендов: затратный метод, сравнительный метод, рыночный метод, метод экспертных оценок и др.
Тема 8 Роль лояльности в капитализации бренда.	Отношения потребителей к бренду, товару, производителю и продавцу. Потребительские ожидания от бренда. Понятие марочного контракта. Приверженность к бренду как определенный тип отношений. Типы приверженности к бренду, степень приверженности. Программы лояльности как компонент маркетинга отношений с потребителем (CRM). Измерение степени приверженности к бренду (конверсионная модель, CSI и т. п.). Практика формирования приверженности к российским брендам.
Тема 9 Охраноспособность брендов. Патентование.	Правоохранность и правоспособность брендов Правовая среда бренда. Недобросовестное предпринимательство: фальсификация и имитация продукции. Регистрация товарных знаков в РФ. Международная регистрация ТЗ. Юридическая защита брендов. Кейсы.
Тема 10 Брендинг в различных сферах: территориальный, в сфере культуры.	Специфика брендинга в указанных сферах. Территориальный бренд и принципы его конструирования. Примеры российских и зарубежных территориальных брендов.

Название дисциплины	Введение в информационные технологии
Кафедра	Кафедра информатики
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Информация, сигналы, данные.	Понятия и определения информации; свойства информации; показатели качества экономической информации; классификация информации; формы представления информации; меры и единицы количества и объема информации.
Тема 2 Национальная программа "Цифровая экономика".	Национальная программа "Цифровая экономика": «Нормативное регулирование цифровой среды»; «Кадры для цифровой экономики»; «Информационная инфраструктура»; «Информационная безопасность»; «Цифровые технологии»; «Цифровое государственное управление»; «Искусственный интеллект»; «Обеспечение доступа в Интернет за счет

	развития спутниковой связи»; «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли».
Тема 3 Эволюция информационных технологий.	Этапы развития информационных технологий, их особенности и закономерности.
Тема 4 Современные информационные ресурсы. Технологии Big Data.	Жизненный цикл данных, метаданные, большие данные. Архитектура системы обработки больших данных. Программные платформы и системы для больших данных.
Тема 5 Современные информационные ресурсы. Распределенные реестры, блокчейн, криптовалюты.	Хэш-функции, криптография, принципы работы распределенных реестров, блокчейн и криптовалюты, как частный случай распределенного реестра.
Тема 6 Сетевые информационные технологии.	Модель OSI/ISO; TCP/IP; модель передачи данных в INTERNET; система доменных имён. Основные сетевые стандарты. Защита информации в локальных и глобальных сетях.
Тема 7 Структура и описание базовой ИТ-системы.	Основные понятия и определения, цели создания ИТ-системы, связь с системой управления объектом, структура ИТ-системы, формализованное описание ИТ-системы (архитектура ИТ-системы, модели ИТ-процессов, ролевая модель участников ИТ-системы).
Тема 8 Современные офисные программные продукты. Свободные офисные пакеты.	LibreOffice, GNOME Office, Evince, Calligra Suite, OpenOffice.org, Apache OpenOffice, SoftMaker Office, ONLYOFFICE.
Тема 9 Современные офисные программные продукты. Проприетарные офисные пакеты.	IBM Lotus Symphony, WordPerfect Office, Lotus SmartSuite, StarOffice, Microsoft Office.
Тема 10 Технологии	Работа с текстовыми документами: форматирование текста, создание разделов списков и таблиц, технологии иллюстрации текстовой информации.

обработки текстовой информации средствами текстового процессора.	
Тема 11 Технологии обработки и анализа данных средствами табличного процессора.	Структура рабочей книги, типы данных, формулы и функции. Абсолютная и относительная адресация ячеек, диагностика ошибок при работе с данными, форматирование данных, пользовательские форматы, условное форматирование. Создание именованных блоков, проверка данных, ввод формул и функций, копирование формул, расчет итоговых показателей. Работа с диаграммами. Промежуточные итоги, применение фильтров. Сводные таблицы.
Тема 12 Технологии работы с графической информацией.	Технология создание презентаций. Операции с объектами презентаций: надписями, рисунками, диаграммами, гиперссылками, кнопками управления. Настройка анимации смены слайдов и элементов слайдов.

Название дисциплины	Введение в коммуникационные специальности
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 «Введение в специальность» и выбор профессии в коммуникационной сфере	Реклама, связи с общественностью, журналистика и медиакоммуникации в системе массовых коммуникаций
Тема 2 Коммуникационные практики и каналы коммуникации	Новые медиа и развитие медиакоммуникационных систем
Тема 3 Современное состояние коммуникационной отрасли	Субъекты и объекты массовых коммуникаций
Тема 4 Реклама как маркетинговая	Реклама и связи с общественностью как социальный институт

коммуникация	
Тема 5 Профессиограмма специалиста	Профессиограмма специалиста по коммуникациям. Работа с источниками информации
Тема 6 Результаты коммуникационной деятельности	Паблисити, паблицитный капитал, репутация, имидж, бренд, корпоративная идентичность
Тема 7 Специалист в области современных коммуникаций	Информационная и ивент-компоненты деятельности специалиста по коммуникациям
Тема 8 Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций	Интегрированные коммуникации и интегрированные маркетинговые коммуникации

Название дисциплины	Введение в цифровые коммуникации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	сформировать у обучающегося системное представление о теории и практике цифровых коммуникаций в рекламной и PR индустрии в новой реальности; обеспечить освоение базовых компетенций в сфере цифровых коммуникаций специалиста по рекламе и PR.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Цифровая информация в рекламе и PR	Цифровая информация в контексте цифровой экономики и новой реальности. Виды цифровой информации: от бита до Big Data. Поиск релевантной информации: источники и инструменты поиска (базы данных, соцсети, мессенджеры; поисковые системы, чат-боты). Специфика web, Рунета и интернета. Ведущие ресурсы/площадки коммуникации в Рунете. Анализ цифровой информации. Кибербезопасность, защита цифровой информации. Цифровая информация в рекламе и PR. Юридические и этические аспекты цифровой коммуникации: реклама и PR. Новейшие тенденции функционирования цифровой коммуникации: Единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР).
Тема 2 Цифровая коммуникация в рекламе и PR	Сущность, модели (P2P) и функции цифровой коммуникации в рекламе и PR. Субъекты и объекты цифровой коммуникации (базисные, технологические, креативные субъекты, целевая аудитория в контексте цифровых коммуникаций). Целевые аудитории: метрики ЦА, поиск, новые типы аудитории. Создание портрета целевой аудитории по методике Job to be done (JTBD). Специфика применения поведенческих характеристик для исследования и таргетирования аудитории. Понятие о нейромаркетинговой коммуникации. User Generated Content (UGC): от просьюмера до инфлюенсера. Стратегии коммуникации с целевыми аудиториями. Цифровая реклама. Цифровой PR.

Тема 3 Технологии и инструменты цифровой коммуникации в рекламе и PR	Сайт, лендинг: модель, параметры, типология, создание, функционирование, обратная связь, RSS. Социальные сети: специфика рунета. Блогинг:: блоги и блогосфера. Влогинг. Подкастинг. Мессенджеры. Чат-боты. Приложения. Цифровые медиа. Иммерсивные форматы: AR, VR. Метавселенная. Цифровая инфографика. Гибридные форматы коммуникации.
Тема 4 Цифровой текст в рекламе и PR	Цифровой текст: определение, типология (по различным основаниям: вербальный, визуальный, аудиальный; онлайнный, гибридный; от десктопа до мобайла. Иммерсивные технологии: видео 360 0, VR, AR). Технологический цикл создания цифрового рекламного и PR-текста. Цифровой текст для различных ресурсов: сайт, блог, подкаст, видкаст, соцсети, сервисы. Оптимизация коммуникации в интернете (CRM, SEO, SERM, SMM). Социомедиарелиз (Social Media News Release). Дашборды и отчетность. Креатив в цифровых текстах рекламы и PR. Инновационные форматы цифровых текстов (NFT пресс-релиз, цифровой рекламный видеострим, дронвертайзинг, др.).

Название дисциплины	Видео- и аудиоконтент
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Получение студентами представления о производстве видео и аудиоконтента под разные форматы и носители: от реальных фактов, событий – к тематическому отбору, жанровому оформлению и далее – к созданию программы.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Видеоконтент: его специфика и особенности	Виды видеоконтента: презентационные видео, имиджевые ролики, обучающий видеоконтент, вирусный контент, социальный видеоконтент, видеоАрт.
Тема 2 Создание видеоконтента в разных жанрах: технологический аспект	Технология производства видеоконтента. Рекламный ролик. Видеоочерк. Репортаж. Структура видеосюжета, рекламного ролика, видеоотчета. Особенности жанров. Короткометражные фильмы. Этапы работы над созданием фильма: от сценария до постпродакшена.
Тема 3 Операторское искусство	Выбор съемочной техники в зависимости от творческих задач. Выбор оптимальных настроек камеры. Поиск локаций. Построения экранного пространства. Освещение и работа с ним на съемочной площадке. Работа со светом и световым оборудованием в полевых условиях. Работа со звуковым оборудованием. Съемка в неблагоприятной и опасной среде. Скрытая съемка.
Тема 4 Композиция кадра	Композиция кадра. Целостность картины. Визуальные эффекты в видео. Ракурс, охват и масштабы в съемках. Взаимодействия звука и изображения в аудио-видео производстве.
Тема 5 Монтаж видеоконтента	Возможности современного видеомонтажа. Основы теории монтажа изображений. Оборудование и возможности видеомонтажных систем. Современные компьютерные программы для видеомонтажа. Возможности программы. Создание и настройки проекта. Основной интерфейс программы. Захват видеоматериалов с внешнего источника. Импорт файлов исходных материалов. Вывод (экспорт) готовых видеоматериалов в различных форматах сжатия.

Тема 6 Интервью как жанр и как метод получения информации	Интервью как форма подачи материала. Формулировка темы; разбивание темы на подтемы; моделирование интересов целевой аудитории; поиск ракурса; формулировка ключевого вопроса; поиск/обозначение собеседника; работа над стратегией интервью; вопросы как активная категория интервью; вопросы на контакт; вопросы на конфликт; правило первого вопроса; вопросы-крючки; правила формулировки вопросов. Структура интервью: вступление, основная часть, заключение, композиция, сюжет, драматургия, кульминация. Методы управления собеседником во время интервью: техники поощрения высказывания: провокация как метод управления собеседником; методы переламывания хода интервью.
Тема 7 Технологии производства аудиоконтента	Общая характеристика. Разработка концепции. Работа с темой. Структура разговорной программы. Технологии создания разговорной программы. Шоу на радио. Подкастинг, аудиохостинги. Мультимедийные программы: слайдкасты и другие формы линейных мультимедийных продуктов. Особенности нового контента. Радио и социальные медиа. Радио и мобильные платформы.

Название дисциплины	Всемирное культурное наследие
Кафедра	Кафедра международных отношений, медиалогии, политологии и истории
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов системного представления о Всемирном культурном наследии как феномене международных отношений и о его дипломатическом применении.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 История и деятельность Комитета всемирного наследия.	Первые проекты по охране культурных ценностей. Пакт Рериха. Афинская хартия. Гаагская конвенция о защите культурных ценностей в случае вооружённого конфликта. Венецианская хартия. Международный совет по сохранению памятников и достопримечательных мест. Межправительственный комитет по охране всемирного культурного и природного наследия (Комитет всемирного наследия): структура и задачи. Процесс номинации наследия. Критерии отбора. Проблемы в работе Комитета всемирного наследия.
Тема 2 Всемирное культурное наследие Восточной и Северной Европы	Россия: Троице-Сергиева лавра; Херсонес Таврический; Церковь Вознесения в Коломенском; цитадель и старый город в Дербенте; исторические сооружения Соловецких островов; Ферапонтов монастырь; Новодевичий монастырь; Казанский Кремль; Булгар; исторический центр Санкт-Петербурга; исторический центр Ярославля; исторические памятники Новгорода; Кижи; Кремль и Красная площадь; белокаменные памятники Владимира и Суздаля. Белоруссия: Мирский замок. Словакия: Бардеёв. Венгрия: исторические сооружения Будапешта. Польша: исторический центр Варшавы. Румыния: деревянные церкви Марамуреш. Болгария: пещерные церкви Иваново. Литва: исторический центр Вильнюса; Латвия: Исторический центр Риги. Эстония: исторический центр Таллина. Финляндия: крепость Суоменлинна. Норвегия: деревянные ставкирки. Дания: замок Кронборг.
Тема 3 Всемирное культурное наследие Западной Европы	Германия: Аахенский собор; дворцы и парки Потсдама и Берлина; замок Вартбург; Бременская ратуша; Шпайерский собор; старый город Регенсбурга. Франция: Реймский собор; Шартрский собор; исторический центр Авиньона; аббатство Мон Сен-Мишель; Версаль, исторический центр Парижа; замки долины Луары. Швейцария: старый город в Берне; монастырь Святого Галла. Великобритания: мегалиты Стоунхенджа; собор и церковь в Кентербери; замки Эдуарда I в Уэльсе; Вестминстерский дворец и Вестминстерское аббатство; крепость Тауэр; Старый город и Новый город Эдинбурга. Австрия: Грац; исторический центр Зальцбурга; исторический центр Вены; парки

	Шенбрунна. Люксембург: Люксембург. Бельгия: исторический центр Брюгге; Гран-Палас в Брюсселе. Ирландия: остров Секеллиг-Майкл. Нидерланды: каналы Амстердама; внутренний город и гавань Виллемстада.
Тема 4 Всемирное культурное наследие Южной Европы	Албания: исторические центры Берата и Гирокастры. Босния и Герцеговина: исторический центр Мостара. Хорватия: Старый город Дубровника. Греция: Афинский акрополь, гора Афон, монастыри Метеоры, памятники Салоники, археологические памятники Микен и Тиринфа, археологические памятники Эпидавра. Италия: исторический центр Рима и владения Ватикана; исторический центр Флоренции; Венеция; исторический центр Сиены, исторический центр Неаполя, раннехристианские памятники Равенны; археологические зоны Помпеи и Геркуланум; Верона; Феррара; вилла Адриана. Македония: город и озеро Орхид. Португалия: исторический центр Порту; монастырь иеронимитов и башня Белен; монастырь ордена Христа. Сербия: православные монастыри в Косове. Испания: Альгамбра, Хенералифе и Альбайсин в Гранаде; Бургосский собор; монастырь в Эскориале; работы Антони Гауди; старая часть города Сантьяго-де-Компостела; Толедо; старая часть города Саламанка; Куэнка. Черногория: природный и культурно-исторический район Котор. Мальта: Валлетта.
Тема 5 Всемирное культурное наследие Западной и Центральной Азии	Армения: собор и церкви Эчмиадзина. Азербайджан: крепостной город Баку. Грузия: исторические памятники Мцхеты. Турция: историческая часть города Стамбул; Пергам; археологические раскопки древней Трои. Бахрейн: Калат-аль-Бахрейн. Ирак: Самарра. Иордания: Петра. Йемен: Шибам. Кипр: Хирокития. Ливан: Баальбек. Оман: ирригационные системы Афладж. Саудовская Аравия: Мадаин-Салих. Сирия: Дамаск; Алеппо; Крак де Шевалье. Израиль: Иерусалим, Вифлеем, Масада. ОАЭ: Эль-Айн. Иран: Персеполь, мавзолей шейха Сефи ад-Дина, Персидские сады. Казахстан: мавзолей Ходжи Ахмеда Яссави. Киргизия: Священная гора Сулайман-Тоо. Таджикистан: Саразм. Туркмения: Мерв. Узбекистан: Самарканд.
Тема 6 Всемирное культурное наследие Южной и Юго-Восточной Азии	Афганистан: Джамский минарет. Бангладеш: вихара в Пахарпуре; Индия: Красный форт; пещеры Аджанты; пещеры Эллары; Таж-Махал; Махабалипурам; храм солнца в Конараке; Махабодхи; Кхаджурахо. Пакистан: Мохенджо-Даро; Лахорская крепость. Шри-Ланка: Сигирия. Малайзия: Малакка. Индонезия: Боробудур; Прамбанан. Филиппины: церкви в стиле барокко. Таиланд: исторический город Аюттия. Мьянма: древние города северной Мьянмы. Непал: долина Катманду. Вьетнам: комплекс памятников Хюэ. Камбоджа: Ангкор. Лаос: Луангпхабанг. Бутан: дзонги Бутана.
Тема 7 Всемирное культурное наследие Восточной Азии	Китай: императорские дворцы династий Мин и Цин в Пекине; мавзолей первого императора династии Цинь, Великая китайская стена, исторический ансамбль дворца Потала, буддийский пещерный храм Лунмэнь; Старый город Лицзян; храм и дом Конфуция в Цюйфу; древние сооружения в горах Уданшань; китайские сады в городе Сучжоу; наскальные рельефы Дацзу. Япония: буддистские памятники в Хорюдзи; замок Химэдзи; исторические памятники старой части Киото и в городах Удзи и Оцу; памятники исторической части города Нара; святилище Ицукусима. Республика Корея: дворцовый комплекс Чхандоккун; Намхансансон; исторические районы Кёнджу. Монголия: культурный ландшафт долины реки Орхон. КНДР: комплекс гробниц Когурё.
Тема 8 Всемирное культурное наследие Северной и Южной Америки	Аргентина: Иезуитский квартал и миссии Кордовы. Мексика: Калакумль; Эль-Тахин; Паленке; Чичен-Ица; Ушмаль; Теотиуакан. Гватемала: Тикаль. Перу: Куско; Чавин-де-Уантар; Лима; Мачу-Пикчу; рисунки Наска. Чили: Церкви острова Чилоэ. Бразилия: Бразилиа; Рио-де-Жанейро; Ору-Прету. США: Индепенденс-холл; национальный исторический парк Чако; Меса-Верде. Эквадор: Кито. Боливия: Потоси. Колумбия: Санта-Крус-де-Момпос. Канада: поселение викингов Л'Анс-о-Медоуз; Старый Квебек. Доминиканская

	республика: колониальный город Санто-Доминго. Куба: Старая Гавана. Парагвай: Миссия иезуитов Ла-Сантисима-Тринидад-де-Парана. Сальвадор: Хойя-де-Серен. Никарагуа: Леонский собор. Гондурас: Копан. Гаити: Национальный парк.
Тема 9 Всемирное культурное наследие Африки и Океании	Алжир: Древний город Тимгад. Бенин: королевские дворцы Абомея. Ботсвана: наскальная живопись в районе Цодило. Буркина-Фасо: руины Лоропени; Гамбия: остров Джеймс и прилегающие памятники. Египет: Мемфис и его некрополи (район пирамид); памятники Нубии; древние Фивы, Карнакский и Луксорский храмы. Эфиопия: Аксум; Харар. Тунис: Эль Джем; Карфаген. Мавритания: Уадан. Ливия: Лептис-Магна. Зимбабве: Большой Зимбабве. Нигер: Адагес. Кот-д'Ивуар: Гран-Басам. Мозамбик: остров Мозамбик. Сенегал: Сен-Луи. Того: Коутаммакоу. Марокко: Айт-Бен-Хадду. Кения: Ламу. Мали: Дженне. Мадагаскар: Амбохиманга. Уганда: захоронение королей в Касуби. Судан: Мероэ. Кабо-Верде: Сиади-Велья. Австралия: Сиднейский оперный театр; Фиджи: Левука.

Название дисциплины	Графический дизайн
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	формирование у студентов понимания сущности дизайнерской деятельности; видения круга вопросов, относящихся к дизайну; стремления к профессиональному становлению; а также ориентированного на специальность, осознанного восприятия изучаемых в дальнейшем дисциплин.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Специфика дизайнерской деятельности	Понятия дизайна. Специфика проектной деятельности. Виды современной дизайнерской деятельности. Дизайн среды как особая форма проектной деятельности. Перспективы и тенденции дизайна средовых объектов. Графический дизайн
Тема 2 История и тенденции развития школ дизайна	У истоков дизайна. Становление российского дизайна. Баухаус. Особенности средовой организации пространств. В истории культуры. История и тенденции развития школ дизайна .
Тема 3 Дизайн и современная техника	Особенности конструирования объектов дизайна. Особенности композиционного формирования объектов дизайна. Дизайн и современные материалы. Дизайн и современные технологии
Тема 4 Дизайн и человек	Эргономика. Эргономика и антропометрия. Экология. Мода и стиль в дизайне. Факторы, влияющие на пространственные параметры среды обитания.
Тема 5 Проектный язык дизайнера	Цвет в формообразовании. Колористика предметно – пространственной среды. Колористика в творчестве дизайнера. Дизайн – проект и его стадии. Методы и приемы дизайнерского проектирования. Историческая суть методики приемов дизайнерского проектирования.

Название дисциплины	Защита информации в медиасреде
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения	Изучение основных принципов, методов и средств защиты информации в процессе ее обработки, передачи и хранения с использованием компьютерных

дисциплины	средств в информационных системах.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие, предпосылки и процессы формирования информационной безопасности личности, общества и государства.	Возникновение и развитие научных взглядов на проблему информационной безопасности. Исторические, политологические, социологические, юридические предпосылки и аспекты возникновения, формирования и развития информационной безопасности. Социологическая парадигма информационной безопасности. Научно-техническая революция, которая значительно раздвинула границы совершенствования социума и индивида и, наконец, оказала сильнейшее воздействие на социальное и информационное становление общества и личности. Процессы глобализации как одна из предпосылок явления информационной безопасности. Основные процессы формирования информационной безопасности. Информационная безопасность все чаще становится объективной необходимостью в обычной жизнедеятельности социума.
Тема 2 Сущность информационного общества, его особенности тенденции развития	Сущность, принципы и содержание информационного общества, место и роль постиндустриального социума в современном развитии человеческой цивилизации. Социологический анализ информационного общества, способность и проблематика социальной адаптации в данном обществе, исследование этой социальной адаптации как объективного механизма функционирования современного информационного общества. Закономерности и особенности функционирования системы информационной безопасности в рамках существующего информационного общества, необходимость и приоритетность социально-технологического подхода в управлении процессами формирования информационной безопасности в российском социуме. Понятие, сущность, конститутивные принципы организации информационного общества. Тенденции и перспективы его развития. Особенности формирования российского информационного общества. Характеристика трансформации российского социума в современных демократических условиях. Основные политические, экономические и социальные позиции нынешнего российского общества, его степень готовности к условиям функционирования в глобальном информационном сообществе.
Тема 3 Информационная безопасность в системе национальной безопасности. Система информационной безопасности	Современное геополитическое и социально-экономическое положение России предопределяет особую актуальность защиты ее интересов и обеспечения национальной безопасности. Национальная безопасность представляет собой наиважнейшую составляющую системы безопасности и самым тесным образом переплетена с экономическим, политическим, социальным и духовно-нравственным развитием государства. Позиции и взгляды на определение и суть национальной безопасности России. национальная безопасность как совокупность всех видов безопасности, обеспечивающих в своих форматах физическую, материальную, духовную и социальную защиту личности, общества и государства. Элементы национальной безопасности. Информационная безопасность как новый элемент в системе национальной безопасности. Задачи информационной безопасности в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2022 года. Информационная безопасность и социальная безопасность.
Тема 4 Понятие и особенности информационных рисков, опасностей и угроз	Глобальный и внешний характер информационных рисков, опасностей и угроз. Их сущность и классификация. Характеристика основных глобальных проблем. Стратегия выживания человека на основе решения глобальных проблем современности. Особенность глобальных информационных угроз и др. заключается в том, что их источники не направлены на конкретного субъекта информационного мирового пространства, т.е. не проецируются на личность и общество определенного государства, но охватывают их в совокупности. Иначе говоря, глобальные информационные риски, опасности

	<p>и угрозы носят обезличенный характер и касаются всех, но понятие все – не имеет конкретного адресата. Информационный риск как понятие представляет собой возникновение ситуации, характеризующейся неопределенностью результата, учитывающей вероятное или обязательное наличие неблагоприятных последствий. Информационная опасность как совокупность вероятных или реально действующих факторов, процессов и явлений, которые могут оказать деструктивное воздействие на объекты и субъекты, подвергающиеся опасному посягательству. Информационная угроза как намерение реализовать вероятную опасность. Внутренние источники и причины информационных опасностей и угроз. Понятие инсайдерской угрозы.</p>
<p>Тема 5 Основные документы регламентирующие деятельность по информационной безопасности . Основы доктрины информационной безопасности</p>	<p>Концепция информационной безопасности, изложенная в Доктрине информационной безопасности. Социально-политические и экономические факторы принятия Доктрины информационной безопасности. Анализ основных положений Доктрины информационной безопасности. Окинавская хартия, как фактор признания Россией глобального характера актуальности информационной безопасности. Характеристика технико-технологической составляющей в Доктрине информационной безопасности. Психофизические составляющие в Доктрине информационной безопасности. Анализ социального характера Доктрины информационной безопасности. Проблематика и недостатки в Доктрине информационной безопасности.</p>
<p>Тема 6 Характеристика технической и психофизической составляющих информационной безопасности</p>	<p>Организационно-технические методы обеспечения информационной безопасности Российской Федерации. Глобальная компьютеризация. Развитие современных информационно-коммуникационных систем и технологий. Проблемы хакерства. Проблема электронных вирусов. Проблема технических сбоев. Проблема нерегулируемого и неконтролируемого роста информационных потоков, усиление негативного информационного воздействия на психику и онтологию субъекта. Проблема подмены эмпирического познания мира информационно-коммуникационными технологиями. Характеристика инсайдерских угроз. Проблемы государственного управления процессом подготовки кадров в области обеспечения информационной безопасности. Проблемы кадрового обеспечения информационной безопасности. Характеристика основных социальных технологий, определяющих эффективность информационной безопасности личности, общества, организации и государства.</p>
<p>Тема 7 Специфика информационной безопасности в бизнесе</p>	<p>Анализ современного информационного продукта, производимого СМИ. Типология бизнеса. Бизнес как фактор информационной опасности и угрозы. Деструктивная роль негативной информации СМИ на бизнес-структуры. Тактические СМИ как информационная угроза. Информационные войны как угроза информационной и социальной (и национальной) безопасности. Бизнес-структура как субъект информационной безопасности. Информационные риски, опасности и угрозы в производственном коллективе и профессиональной деятельности. Инсайдерство.</p>
<p>Тема 8 Особенности информационной безопасности в рекламной и PR-</p>	<p>Рекламная и PR-деятельность как субъекты информационной безопасности. Специфика информационных рисков, опасностей и угроз в рекламной и PR-деятельности. Рекламный продукт и PR-продукт как потенциальный источник информационной опасности или угрозы. Правовая и этическая ответственность за свою деятельность. Рекламный и PR-отделы как субъекты информационной безопасности. Инсайдерский фактор. Производственный фактор. Социальные технологии, позволяющие обеспечивать</p>

деятельности	информационную безопасность коллектива.
--------------	---

Название дисциплины	Имиджмейкинг
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие имиджа и имиджмейкинга. Имидж в системе коммуникации.	Объект и предмет имиджологии. Имидж и имиджмейкинг: определение понятий. Терминосистема имиджмейкинга. Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России-Генезис и современное состояние проблемы имиджа в России и за рубежом. Использование основных маркетинговых и имиджевых инструментов при планировании, производстве и (или) реализации коммуникационного продукта. Структура имиджа. Принципы и законы формирования имиджа. Смежные понятия: образ, репутация, стереотип и др. Цели, задачи и функции имиджа. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен. Роль имиджа в формировании общественного мнения. Имиджмейкинг в системе коммуникации, его роль и место. Привлечение и удержание внимания аудитории с помощью имиджа. Формирование установки на доверие/недоверие. Использование особенностей социальных групп и общих особенностей восприятия в формировании имиджа. Психологические особенности формирования имиджа. Типология имиджа.
Тема 2 Понятие корпоративного имиджа и его структурные модели.	Понятие корпоративного имиджа и репутации. Структурные модели и этапы формирования корпоративного имиджа. Имидж бренда. Роль внутреннего и внешнего имиджа корпорации. Диагностика имиджа: методы социологических и маркетинговых исследований. Идеология компании и ее внутренний имидж. Функция идеологии в формировании имиджа. Функция самоидентификации персонала. Аксиологическая функция корпоративного имиджа. Фундамент имиджа. Неосязаемый имидж. Принципы поддержания имиджа. Планирование, подготовка и проведение имиджевых коммуникационных кампаний и мероприятий для коммерческих организаций. Процесс управления корпоративным имиджем. Значение имиджа организации, товара/услуги, руководителя для общественного мнения. Создание лояльности к организации с помощью имиджа. Реклама как инструмент управления имиджем. Особенности имиджевой рекламы как сферы профессиональной деятельности. Особенности управления имиджем в сети интернет. Содержание основных этапов имиджевой кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью. Разработка проекта имиджевой кампании.
Тема 3 Моделирование и алгоритм формирования персонального имиджа.	Понятие индивидуального имиджа и самопрезентации. Исследование имиджа персоны: кабинетные и полевые исследования, количественные и качественные. Структура персонального имиджа, этапы формирования. Причины деструкции имиджа. Технологии формирования и корректировки имиджа: SERM, самопрезентация, спин-докторинг и др.
Тема 4 Специфика формирования	Профессиональный имидж и профессиональные качества специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Требования современного рынка труда. Профессиональная карьера и имидж. Самомаркетинг.

ия эффективног о имиджа в профессиона льной среде.	Персональный бренд. Персональная имиджевая карта. Имидж-форсайттинг.
---	--

Название дисциплины	Иностранный язык
Кафедра	Кафедра английской филологии и перевода
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающегося коммуникативной компетенции: способности вести деловую устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и на иностранном(ых) языке(ах) в профессиональной сфере.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Карьера.	Самопрезентация. Компании. Продажи.
Тема 2 Коммуникация.	Бизнес-идеи. Стресс. Корпоративные мероприятия.
Тема 3 Планирование.	Стартап. Маркетинг. Планирование.
Тема 4 Менеджмент.	Управление. Конфликты. Бренды.

Название дисциплины	Иностранный язык в профессиональной сфере
Кафедра	Кафедра английской филологии и перевода
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Современные международные бренды и реклама	Глобализация. Особенности международных брендов и рекламы. Персональные и коммерческие бренды. Современные технологии развития и поддержания международного бренда. Современная бизнес-коммуникация на международном рынке (в стране изучаемого иностранного языка). Реклама на международном рынке
Тема 2 Управление брендами на международном рынке	Культуры. Особенности межкультурной и межличностной коммуникации в бизнесе. Современные техники управления брендом на международном рынке. Размещение продукта в иноязычной культуре. Создание рекламного контента с учетом культурных особенностей страны изучаемого иностранного языка. Создание медиапродуктов (текстов) с учетом культурных особенностей страны изучаемого иностранного языка.
Тема 3 Конкуренция . Создание конкурентно способного	Конкурентные преимущества (продукта). SWOT анализ для бренда (компаний) при выходе на международный рынок. Техники презентации. Типология медиапродуктов. Создание конкурентных медиапродуктов (текстов).

медиапродукта	
Тема 4 Работа PR отдела и система медиаарилей шнз	Виды организаций и типы управления. Понятие и роль истории, миссии и ценностей компании. Основные отделы в международной компании. Работа PR, отдела маркетинга в международной компании. Система медиаарилейшнз. Особенности коммуникации с представителями СМИ (на изучаемом иностранном языке). Проведение пресс-брифф
Тема 5 Медиапродукты (тексты) в сфере спорта	Создание пресс-релизов на изучаемом иностранном языке в сфере спорта/спортивных событий. Создание бэкграундеров на изучаемом иностранном языке в сфере спорта/спортивных событий. Создание новостной заметки на изучаемом иностранном языке в сфере спорта/спортивных событий. Создание имиджевого интервью на изучаемом иностранном языке в сфере спорта/спортивных событий. Создание сценария спортивного флэшмоба на изучаемом иностранном языке.
Тема 6 Медиапродукты (тексты) в сфере туризма	Создание пресс-релизов на изучаемом иностранном языке в сфере туристических событий. Создание тревел-текстов на изучаемом иностранном языке. Создание новостной заметки на изучаемом иностранном языке в арт-туризма. Создание имиджевого интервью на изучаемом иностранном языке в сфере туризма. Создание сценария для тревелрепортажа с видеоконтентом на изучаемом иностранном языке
Тема 7 Медиапродукты (тексты) в сфере автопромш ленности	Создание пресс-релизов на изучаемом иностранном языке в сфере автопромышленности. Создание бэкграундеров на изучаемом иностранном языке в сфере автопромышленности. Создание новостной заметки на изучаемом иностранном языке в сфере автопромышленности. Создание имиджевого интервью на изучаемом иностранном языке в сфере автопромышленности. Создание корпоративной газеты в сфере автопромышленности на изучаемом иностранном языке.
Тема 8 Медиапродукты (тексты) в гастрономич еской сфере	Создание пресс-релизов на изучаемом иностранном языке в гастрономической сфере. Создание бэкграундеров на изучаемом иностранном языке в гастрономической сфере. Создание рекламного описание продукта (блюда из меню) на изучаемом иностранном языке. Создание имиджевого интервью на изучаемом иностранном языке в гастрономической сфере.

Название дисциплины	Интернет-журналистика
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся представление об интернет-журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, о специфике работы специалиста по связям с общественностью в сетевых СМИ.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Глобальная сеть Интернет. Информацио нные ресурсы сети Интернет.	Глобальное информационно-коммуникационное пространство. Сетевые ресурсы: официальные сайты и страницы в социальных сетях
Тема 2 Профессия журналиста	Подготовка текста. Кросспостинг. Обработка аудио. Создание инфографики. Медиапланирование. Копирайтинг. Законодательные акты РФ в сфере журналистики и рекламы.

в сетевых СМИ.	
Тема 3 Общие свойства сетевых СМИ. Сетевые СМИ как часть медиасистем.	Формы взаимодействия. Оперативность. Традиционные и сетевые СМИ
Тема 4 Особые свойства сетевых СМИ.	Коммуникативные свойства сетевых СМИ. Конвергенция.
Тема 5 Сетевые СМИ и различные сферы общественной жизни.	Политическая, экономическая, культурная интернет-журналистика. Информационно-психологическое воздействие.
Тема 6 Основные проблемы, стоящие перед сетевыми СМИ.	Необоснованность. Перепечатка материалов. Проблема с доступом к интернету. Свобода действий в сети Интернет.

Название дисциплины	Информационные войны
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся представление о многообразии и особенностях информационных противостояний
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Сетевая информация и политические процессы	Конфликты и политические субъекты. Дефициты. Понятие экстремального. Свой – чужой, друг – враг.
Тема 2 Экстремальные политические процессы	Нормальные и экстремальные политические процессы. Коммуникативная агрессия, социальное маневрирование. Виды и отличительные особенности экстремальных политических процессов.
Тема 3 Сетевые СМИ и	Общественные, деловые сетевые СМИ и политические процессы. Репутация. Медиатизация.

политически е процессы	
Тема 4 Информацио нное противостоя ние	Сущность и особенности, методы информационного противостояния.
Тема 5 Социальная ответственно сть. Правовые нормы	Деятельность СМИ, связанная с нормализацией политического процесса. Российское законодательство в области информационных противостояний.

Название дисциплины	История (история России, всеобщая история)
Кафедра	Кафедра международных отношений, медиалогии, политологии и истории
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Историческо е знание, его происхожден ие и современное состояние. Древнейшие цивилизации в истории человечества .	Смысл и содержание понятия «история». Этапы развития исторической науки. Место истории в современной системе наук. Сущность, формы и функции исторического знания. Теоретические основы истории как науки. Виды исторических источников. Методология и периодизация истории. Основные концепции (интерпретации) исторического процесса. Концепции всемирной и русской истории в трудах великих российских историков – Н. М. Карамзина (1766 – 1826), С. М. Соловьева (1820 – 1879), В. О. Ключевского (1841–1911). Цивилизационный и формационный подходы к историческому процессу. История России как часть всемирной истории, общее и особенное в историческом развитии. Цивилизации Древнего Мира. Древний Восток и первые государства в истории человечества. Античность как колыбель европейской цивилизации. Древняя Греция. Древний Рим.
Тема 2 Древняя Русь и Европа в V – XIII вв.	Средние века: понятие и периодизация. Падение Западной Римской империи и образование варварских государств. Расширение Европы: Крестовые походы и внутренняя колонизация (1096 – 1272). Генезис феодализма в Европе. Европа в V – середине XI вв.: синтез римского и варварского миров. Политическая и государственная организация феодального общества в условиях раннего средневековья. Славяне и Великое переселение народов (IV – VII вв.). Освоение восточными славянами Русской равнины в VI – VIII вв. Образование Древнерусского государства. Династия Рюриковичей. Норманнская теория и ее критика в отечественной историографии. Первоначальный этап русской государственности. Крещение Руси (988) и его значение. Политическая раздробленность Киевской Руси. Особенности развития русских земель в XII – XIII вв. Владимиро-Суздальское княжество. Галицко-Волынское княжество. Новгородская боярская республика. Борьба Новгорода с рыцарскими орденами. Александр Невский (1221 – 1263). Невская битва (1240) и Ледовое побоище (1242). Образование монгольского государства. Походы Батые на Русь (1237 – 1240). Образование «Золотой Орды». Система управления завоеванными землями. Борьба русских княжеств против монголо-татар.
Тема 3 Русь и Европа в XIV – XVII	Социальные структуры и государственно-политическое развитие Европы в XIII – XV вв. Эпоха Возрождения (XV в. – 90-е годы XVI в.). Эпоха реформации (1517 – 1648) и контрреформации (XVI – конец XVII вв.).

<p>вв. Становление Российского централизованного государства.</p>	<p>Предпосылки процесса объединения русских земель. Возвышение Москвы. Борьба за политическое лидерство в северо-восточной Руси. Московское и Тверское княжества. Политика московских князей. Правление Ивана Калиты (1328 – 1340). Правление Дмитрия Донского (1363 – 1389). Сергей Радонежский (1314 – 1392) и роль православной церкви в объединении русских земель. Куликовская битва (1380) и её значение. Правление Ивана III (1462 – 1505). Великое стояние на реке Угре (1480). Свержение ордынского ига. Становление самодержавия как специфической формы государственного устройства России и его отличие от европейского абсолютизма. Судебник 1497 г. Правление Василия III (1505 – 1533). Завершение политического объединения русских земель вокруг Москвы. Русское централизованное (Московское) государство. Теория «Москва – Третий Рим». Правление Ивана IV Грозного (1533 – 1584). Реформы Избранной Рады. Ливонская война (1558-1583). Опричнина (1565 – 1572): причины, сущность, методы, последствия. Династический кризис. Россия в XVII в. Смута. Земский Собор (1613). Начало династии Романовых. Государственное и общественное развитие после Смуты. Соборное уложение (1649). Внешняя политика России в XVII в. Освоение русскими Сибири. Церковный раскол.</p>
<p>Тема 4 Россия и Европа в XVIII в. Просвещенный абсолютизм.</p>	<p>Европа и Новое время. Теория и практика «просвещенного абсолютизма». Россия в XVIII в. Эпоха Петра Великого (1682 – 1725). Внешняя и внутренняя политика Петра I. Северная война (1700 – 1725). Реформы Петра I. Военные реформы. Административные реформы. Социально-экономические преобразования. Реформы в сфере культуры. Внешняя политика Петра Великого. Итоги правления. Место Российской империи среди европейских государств Основные направления внутренней политики при преемниках Петра I. Государственное управление и служилая бюрократия в эпоху дворцовых переворотов (1725 – 1762). Правление Елизаветы Петровны (1741 – 1761): укрепление абсолютной власти, подготовка условий для дальнейшей модернизации государства. Внешнеполитический курс Российской империи во второй четверти XVIII в. Правление Петра III (1761 – 1762): основные законодательные акты. «Просвещенный абсолютизм» в России: особенности, содержание, противоречия. Влияние великих французских просветителей на общественное сознание в России и формирование политических взглядов Екатерины II. Правление Екатерины II (1762 – 1796). Внутренняя политика Екатерины II. Основные направления внешнеполитической деятельности Екатерины II. Русско-турецкая война (1768-1774). Разделы Польши (1772, 1793, 1795). Правление Павла I (1796 – 1801): внутренняя и внешняя политика.</p>
<p>Тема 5 Россия в первой половине XIX в.</p>	<p>Основные тенденции мирового развития в XIX в. Наполеоновские войны. Венский конгресс (1815). Священный союз. Буржуазные революции в Европе (1848 – 1849). Промышленный переворот и его социокультурные последствия. Становление мировых империй. Колониальная экспансия передовых стран Европы в последней трети XIX в. Правление Александра I (1801 – 1825). Внутренняя и внешняя политика Александра I. Крестьянский вопрос. Проект государственного преобразования в России М. М. Сперанского. Россия в европейском конфликте начала XIX. Наполеоновские войны (1796 – 1815). Отечественная война (1812). Заграничные походы русской армии (1813 – 1814). Венский конгресс (1814 – 1815). Образование «Священного союза» и его роль в международной политике. Венская система международных отношений. Внутренняя политика Александра I в 1815 – 1825 годах. Развитие общественной мысли. Декабристы: истоки и формирование идеологии, основные программные документы. Правление Николая I (1825 – 1855). Внутренняя политика Николая I. Общественное движение 1830-х – 1850-х годов. Новые явления в промышленности и сельском хозяйстве. Развитие буржуазных отношений. Усиление кризиса крепостнической системы.</p>

	<p>Попытки решения крестьянского вопроса. Указ о «вольных хлебопашцах». Реформа П. Д. Киселева в государственной деревне. Внешняя политика Николая I. Крымская война (1853 – 1856).</p>
<p>Тема 6 Россия во второй половине XIX в. и начале XX века</p>	<p>Объективная необходимость модернизации России во второй половине XIX в. Личность и историческая роль императора Александра II (1855 – 1881). Причины и предпосылки отмены крепостного права. Крестьянская реформа (1861) и ее итоги. Либеральные реформы 60-х – 70-х годов XIX в. Россия в системе международных отношений второй половины XIX в. Русско-турецкая война (1877 – 1878). Освобождение южных славян от турецкого ига. Общественное движение в пореформенный период. Народничество: его идейные истоки и основные течения. Эпоха политического террора и убийство Александра II. Правление Александра III (1881 – 1894). «Контрреформы» Александра III. Укрепление позиций дворянства. Политика в крестьянском вопросе. Рабочее законодательство. Завершение промышленного переворота, его последствия. Особенности российской индустриализации. Сельское хозяйство. Железнодорожное строительство. Развитие внутреннего рынка. Н. Х. Бунге (1823 – 1895). С. Ю. Витте (1849 – 1915). Общественное движение в России. Всемирно-исторический процесс и его особенности в первой половине XX века. Формирование блоковой системы международных отношений. Первая мировая война (1914 – 1918): причины, этапы, последствия. Российское самодержавие на рубеже XIX – XX вв. Внешняя и внутренняя политика Николая II. Причины Первой русской революции (1905 – 1907). События и основные этапы революции. Эволюция политической системы Российской империи в 1905 – 1907 гг. Думская монархия. Итоги революции. Реформы П. А. Столыпина. Аграрная реформа. Россия в первой мировой войне (1914 – 1918). Февральская революция (1917). Падение монархии. Временное правительство и его политика. Роль Советов в политической жизни страны. Альтернативы общественного развития после Февральской революции. Октябрьский переворот (1917). Приход большевиков к власти.</p>
<p>Тема 7 Становление СССР и усиление международных противоречий в первой половине XX в.</p>	<p>Гражданская война (1918 – 1922): причины, этапы, противоборствующие силы, итоги и последствия. «Военный коммунизм». Новая экономическая политика (НЭП): сущность и цели. Образование СССР. Форсированная индустриализация: предпосылки, источники, темпы и методы осуществления. Преобразования в сельском хозяйстве. Экономические и социальные последствия коллективизации. Культурная революция. Формирование культуры личности И. В. Сталина. Итоги развития советского общества к концу 1930-х гг. Зарождение фашизма в Европе. Внутренняя и внешняя политика Германии в 1933 – 1939 гг. Причины и последствия Второй мировой войны (1939 – 1945). Внешняя политика СССР в 20-е – 30-е гг. XX в. Советско-германские договоры (1939). Включение в состав СССР новых территорий. Советско-финляндская война (1939 – 1940).</p>
<p>Тема 8 Великая Отечественная Война: без срока давности</p>	<p>Великая Отечественная война (1941 – 1945). Основные периоды Великой Отечественной войны. Идеологические и институциональные основы нацистских преступлений против человечности на оккупированных территориях РСФСР. Расовая теория и идеология завоевания «жизненного пространства». Националистические и евгенические учения как основа политики уничтожения. История политики германизации оккупированных территорий. Причины неудач Красной Армии в начальный период войны. Блокада Ленинграда 1941-1944 гг. Коренной поворот в ходе Великой Отечественной войны. Советский тыл в годы войны. Военная экономика. Коренной перелом в ходе Великой отечественной войны. Преступления против мирного населения на оккупированных территориях РСФСР. Освободительная миссия Красной Армии в ходе Великой Отечественной</p>

	войны. Геноцид как международное преступление. Итоги и уроки Великой Отечественной войны. Нюрнбергский процесс.
Тема 9 СССР и мир во второй половине XX в. Распад СССР.	<p>Особенности мирового исторического процесса во второй половине XX в. Распад и крушение колониальной системы. Биполярная система международных отношений. Кризис мировой социалистической системы. Объединение Германии (1990). Глобализация мирового экономического, политического и культурного пространства. Борьба за власть после смерти И. В. Сталина. XX съезд КПСС и его значение. Критика культа личности. Десталинизация. Реформаторские поиски Н. С. Хрущева в сфере экономики. Программа преобразования сельского хозяйства. Освоение целины. Нарастание социально-экономических трудностей в стране. Отстранение Н. С. Хрущева от власти (1964). Власть и общество во второй половине 1960-х – первой половине 1980-х гг. Л. И. Брежнев и его окружение. Усиление консервативных тенденций в политической жизни страны. Партийно-государственная номенклатура и ее роль в СССР. Экономические реформы второй половины 1960-х гг.: цели, содержание, реализация, причины свертывания. Особенности развития промышленности. Аграрный сектор экономики во второй половине 1960-х – первой половине 1980-х гг. Социальная политика и ситуация в социальной сфере. Партийно-государственная политика в области культуры в эпоху «застоя». Нарастание кризисных явлений в экономике и социальной сфере. Внешняя политика СССР во второй половине 1950-х – первой половине 1980-х гг. Основные направления внешней политики СССР: отношения со странами Запада, социалистическими государствами и странами «третьего мира». Карибский кризис (1962). Программа мира 1970-х гг.: цели и результаты. Разрядка международной напряженности. Ввод советских войск в Афганистан (1979). СССР во второй половине 1980-х – начале 1990-х гг. Причины и цели «перестройки» М. С. Горбачева. Основные этапы «перестройки». Непоследовательность экономических реформ. Гласность. Возрождение многопартийности. Развитие процессов демократизации. XIX партийная конференция (1988): попытки обновления политической системы. «Новое политическое мышление» и изменение геополитического положения СССР. Обострение межнациональных противоречий. Процессы суверенизации в союзных республиках. Нарастание кризиса в экономике и социальной сфере. Августовские события (1991). Распад СССР. Образование СНГ.</p>
Тема 10 Россия и мировое сообщество в XXI в.	<p>Постиндустриальная цивилизация. Основные тенденции мирового развития на современном этапе. Глобальные проблемы современности. Россия в постсоветский период. Президент Б. Н. Ельцин и его деятельность (1991 – 1999). Становление нового Российского государства. Конституционный кризис (1993) и демонтаж системы Советов. Конституция Российской Федерации (1993). Формирование гражданского общества и правового государства в России. Политические партии и общественные движения. Проблемы национального государственного строительства в современной России. Федеративный договор (1992). Чеченский кризис и проблемы борьбы с терроризмом. Либеральная концепция перехода к рыночной экономике. Основные задачи рыночных реформ, методы их реализации. Итоги рыночных реформ и их социальная цена. Президентство В. В. Путина. Основные цели и направления его деятельности. Укрепление вертикали власти. Правовая реформа. Реформа центральных органов исполнительной власти и местного самоуправления. Стабилизация экономического развития страны. Ситуация в социальной сфере. Российское образование, наука и культура в условиях рыночной экономики. Украинский кризис (2014) и внешняя политика России на современном этапе. Россия в системе мировой экономики и международных связей.</p>

Название дисциплины	История литературы и искусства
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Дать системное представление об основных особенностях и закономерностях мирового литературно-художественного процесса.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение Методологические вопросы литературы и искусства	1.-Искусство и литература в системе культуры. 2.-Виды искусства. 3.-Мировой Литературно-художественный процесс. 4.-Художественный метод, образ и стиль. 5.-Художественная концепция мира и определяющие её элементы.
Тема 2 Название темы Античная литература и античное искусство	1.-Философско-эстетические основы античного искусства и литературы 2.- Периодизация античной литературы и искусства. 3.-Гомеровский эпос: «Илиада», «Одиссея». 4.-Древнегреческий театр. Трагедия рока: Эсхил, Софокл, Еврипид. 5.-Античная комедия: Аристофан. 6.-Древнегреческое искусство 7.-Литература и искусство Древнего Рима. Плавт, Теренций, Цицерон, Вергилий, Овидий, Гораций. 8.-Искусство Древнего Рима
Тема 3 Название темы Литература и искусство средних веков	1.-Философско-эстетические основы искусства средневековья. 2.- Европейский героический эпос. Песнь о Роланде и её историческая основа. Поэзия трубадуров. Рыцарский роман. «Тристан и Изольда». 3.-Искусство Средних веков
Тема 4 Название темы Литература и искусство эпохи Возрождения	1.-Философско-эстетические основы искусства эпохи Возрождения. 2.- Итальянское Возрождение: Данте «Божественная комедия», 3.-Петрарка, Боккаччо. 4.-Возрождение во Франции: Франсуа Рабле, Мишель Монтень. 5.- Возрождение в Испании и Португалии. Плутовской роман. 6.-Мигель де Сервантес «Дон Кихот». 7.-Возрождение в Англии. Томас Мор «Утопия». 8.- Творчество Шекспира. Сонеты. 9.-Трагедии: «Гамлет», «Отелло», «Король Лир»; исторические хроники, комические образы в пьесах Шекспира
Тема 5 Название темы Литература и искусство 17 века	1.-Основные художественные направления: барокко и классицизм. 2.- Философская система Декарта. 3.- Основные принципы классицизма, Буало. 4.-Корнель «Сид». 5.-Расин «Андромаха», «Федра». 6.-Творчество Мольера. Творческая история Тартюфа, Тартюф», «Дон Жуан», «Мнимый больной» 7.- Изобразительное искусство 17 века
Тема 6 Название темы Литература и искусство 18 века	1.-Характеристика европейского Просвещения. 2.-Философская система Локка. 3.-Особенности английского Просвещения. 4.-Творчество Д.Дефо. «Робинзон Крузо». 5.-Джонатан Свифт «Путешествие Гулливера». 6.- Просвещение во Франции. Вольтер, Монтескье, Дидро, Руссо, 7.-руссоизм как философская основа сентиментализма. 8.- Бомарше. 9.-Творчество Гёте, творчество Шиллера 10.-Изобразительное искусство 18 века
Тема 7 Название темы Литература и искусство эпохи	1.-Социально-исторические и литературно-эстетические предпосылки романтизма. 2.-Немецкий романтизм. Философские системы Фихте, Шеллинга, Канта, Гегеля, Шлегеля. 3.-Осознание романтиками дисгармонии мира, отчуждения личности. 4.-Романтическая ирония. 5.-Особенности романтического героя. 6.-Творчество Гофмана, Гейне. 7.-Английский и французский романтизм. Творчество Байрона. 8.-Творчество Виктора Гюго.

романтизма	9.-Американский романтизм. Творчество Эдгара По. 10.-Искусство эпохи романтизма
Тема 8 Название темы Литература и искусство 19 века	1.-Критический реализм, его философско-эстетическая основа 2.- Художественная концепция реализма. 3.-Критический реализм во Франции. 4.-Творчество Бальзака, Стендаля, Мериме, Флобера. 5.-Натурализм во Франции. Позитивизм как философская основа натурализма. 6.-Творчество Золя. Романый цикл «Ругон-Маккары». 7.-Мопассан «Жизнь», «Милый друг», Мопассан новеллист. 8.-Отечественная литература - древнерусская литература; 9.-А.С.Пушкин и поэты пушкинской плеяды; мировое значение русской литературы 19 века; 10.-Критический реализм в русской литературе XIX века. 11.-«Натуральная школа», расцвет реализма в русской литературе: 12.-Л.Толстой «Смерть Ивана Ильича». 13.-Ф. М. Достоевский «Идиот», «Братья 14.-Карамзовы». 15.-Русское искусство. Передвижники Французский Импрессионизм
Тема 9 Название темы Литература и искусства конца 19 начала 20 века	1.-Философско-эстетические основы декаданса. 2.-Философские системы Шопенгауэра, Ницше. 3.-Проблемы искусства и красоты в эстетике О.Уайльда, 4.-Роман «Портрет Дориана Грея». 5.-«Новая драма» в европейской литературе XIX - начала XX века. 6.-Творчество Ибсена, Метерлинка, Шоу.
Тема 10 Название темы Европейская литература и европейское искусство 20 века	1.-20 век – реализм, модернизм, постмодернизм 2.-Литература XX века. 3.-Интеллектуальный роман, Т. Манн «Волшебная гора», «Доктор Фаустус» 4.-Г. Гессе «Степной волк», «Игра в бисер». 5.-Торнтон Уайлдер «Мост короля Людовика Святого». 6.-Экзистенциализм. 7.-Философия Кьеркегора. 8.-Сартр «Тошнота», А. Камю «Посторонний», «Чума». 9.-Мировой кинематограф. Зрелищное искусство в коммуникативной ситуации 20 века.
Тема 11 Название темы Русская литература и русское искусство 20 века	1.-Серебряный век русской поэзии 2.-Русский интеллектуальный роман. 3.-Творчество М. А. Булгакова: «Роковые яйца», «Собачье сердце» 4.- «Мастер и Маргарита». 5.-Творчество В. В. Набокова «Другие берега», «Приглашение на казнь». 6.-Отечественная литература второй половины XX века. 7.-Основные направления русской прозы 80 – 90 годов. 8.-Творчество Т.Толстой, В. Пелевина. 9.-В. П. Астафьев «Прокляты и убиты». 10.-Русское искусство XX века
Тема 12 Название темы Литература и искусство стран Азии и Америки	1.-Латиноамериканская литература 20 века
Тема 13 Название темы Литература и искусство стран Азии и Америки	1.-Японская литература 20 века
Тема 14 Название	1.-Понятие постмодернизма, роман В. Ерофеева «Москва-Петушки» 2.-Русская проза начала XXI века. 3.-Творчество Л. Улицкой, Д. Рубиной, Д.

темы Литература и искусство конца 20 начала 21 века	Быкова, А. Иванова и др.
---	--------------------------

Название дисциплины	История рекламы и СО
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Ознакомление обучающихся с основными историческими этапами и тенденциями становления отечественной и зарубежной рекламной и PR-деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение. Введение. Природа и сущность рекламы. История рекламы и культура	Происхождение термина «реклама», его историческая эволюция. Роль и значение рекламы в современных условиях. Социокультурные функции рекламы. Реклама как социальный институт. Место рекламы в политической, хозяйственной и экономической жизни общества. Социальные сферы и функции рекламы и их историческое развитие.
Тема 2 История развития рекламы. Протореклама	Происхождение рекламы. Реклама и «протореклама». Место ритуально-мифологической символики и образности в хозяйственной жизни первобытных племен. . Знаки – средства обмена информацией между членами первобытного сообщества. Основные функции знаковых комплексов. Проторекламный знаковый комплекс. Символы – основной язык проторекламы. Проявление проторекламы в конфессиональной, социально-политической и ремесленной сферах деятельности.
Тема 3 Реклама в античном обществе. Социальные факторы формирования рекламы	Потребность общества в массовой информации. Устная и письменная реклама в античности. Глашатаи – первые профессионалы рекламного дела. Условия перехода информационных объявлений в рекламную сферу (сигнал, экспрессия и суггестия). Настенная реклама. Граффити, альбом (album), римская протогазета. Античные истоки рекламных жанров афиши, плаката, вывески, торговой марки и рекламной акции. Реклама и различные сферы жизнедеятельности античных полисов. Жанры политической, религиозной, коммерческой рекламы, рекламы зрелищ, интеллектуальных и бытовых услуг.
Тема 4 Реклама в западноевропейской средневековой культуре	Причины упадка рекламной деятельности в раннем Средневековье. Рост городов и развитие рекламы зрелого и позднего Средневековья. Институт глашатаев в средневековом обществе. Место рекламы в цеховой организации труда. Торговые знаки и эмблемы средневекового города – общая характеристика. Геральдическая символика. Рекламный ярмарочный фольклор. Способы регулирования рекламной коммуникации со стороны городских властей. Другие формы средневековой изобразительной рекламы: живописные вывески и гравированные летучие листки. Развитие фресковой и монументальной церковной и светской живописи. Настенная живопись и гравюра - предпосылки становления плакатного жанра рекламы. Развитие вербальной письменной рекламы в период позднего Средневековья.
Тема 5 Европейская реклама в XIX веке	Первая печатная реклама в Западной Европе: её содержание, жанры, функции и способы распространения. Деятельность рекламно-информационных бюро в Европе в XVI-XVII веках: Особенности английской рекламы (пресса, комплексные информационные агентства, подвижная реклама).; Особенности

	<p>французской рекламы (художественный плакат, пресса, специализированные журналы, реклама индустрии моды); Особенности немецкой рекламы (практицизм, оформление витрин, премиальная торговля). Выставка как общеевропейский рекламный жанр. Теоретическое осмысление рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламы. Влияние рекламы на экономическое положение прессы и её дальнейшее развитие.</p>
<p>Тема 6 Реклама в США 19 - начала 20 века</p>	<p>Зарождение рекламы в первых колониальных газетах. Содержание первых рекламных объявлений в печати. Новаторская деятельность Б. Франклина. (18 век) Этапы развития рекламных процессов. Рекламные новации середины XIX века. Новаторская деятельность Ф. Барнума. Гражданская война в США и развитие американской рекламы. Иллюстрированная реклама в журналах. Имиджевые особенности рекламных изображений. Начало фоторекламы. Первые рекламные агентства США: особенности функционирования. Первые рекламные агентства и динамика формирования рынка рекламных услуг. 1 половина 20 века: Изменения в упаковке товаров и её рекламных функциях. Новшества в деятельности рекламных агентств: первые общенациональные рекламные кампании. Первые рекламные персонажи –их характерные черты. Развитие наружной рекламы в 20 - 30-е гг. Депрессия и реклама. Юмор в рекламе 30-40-х гг. Реклама в США во время 2-й мировой войны. Развитие рекламы на радио. Зарождение телевизионной рекламы</p>
<p>Тема 7 История рекламы в России как часть истории мировой рекламы</p>	<p>Место первых рекламных знаков в хозяйственной и торговой деятельности древней Руси. Элементы проторекламы в XII-XV вв. Устная реклама и её фольклорные истоки. Ярмарочный рекламный фольклор, его жанры и стилистические особенности. Рекламный лубок и лубочные традиции в российской рекламе. Рекламные гравюры. Причины слабого развития письменной и живописной рекламы. Политическая и религиозная реклама в XVII в. . Летучие листки и печатная газета в России. Афиши и вывески. Развитие фирменных знаков. Начало фоторекламы. Жанры и стилевые особенности русской рекламы начала XX века. Реклама в условиях коммерциализации прессы.</p>
<p>Тема 8 Реклама советского периода (1917 – 1991)</p>	<p>Положение отечественной рекламы после 1917 г. Торгово-промышленная реклама 20-х годов. Вывески, эмблемы, плакаты, торговые знаки. Реклама в прессе. Книжная реклама. Положение отечественной рекламы в 30-е годы. Развитие кино и реклама. Роль кинематографа в отечественной рекламе 20-30 гг. Отечественные рекламные киноплакаты. Реклама на службе идеологии: жанр агитационного плаката. Крупнейшие представители жанра (Д.Моор, И.Тоидзе, А.Дейнека и др.). Агитационные открытки, надписи, транспаранты. Реклама в годы войны и в период восстановления народного хозяйства Новые реалии «оттепели». Исследования рекламного процесса. Тенденции в организации рекламы в предперестроечный период</p>
<p>Тема 9 Российская реклама в конце XX - начале XXI века</p>	<p>Влияние глобализации на современную рекламу. Рекламные агентства и исследовательские компании. Российские медиахолдинги. Рекламодатели: от финансовых «пирамид» к брендам. Специфика взаимоотношений рекламодателя и рекламопроизводителя. Национальная самоидентификация российской рекламы. Политическая реклама</p>
<p>Тема 10 Источники связей с общественностью в истории общества. Доисторичес</p>	<p>Истоки связей с общественностью в античном обществе. Источники связей с общественностью в эпоху Средневековья и эпоху Ренессанса. Зачатки связей с общественностью в Новое время.</p>

кий период (протопериод) паблик рилейшнз	
Тема 11 История паблик рилейшнз-эпоха европейской колонизации Америки и американская революция (XVII-XIX)	Начальный период колонизации Америки (XVII-XVIII). Предпосылки PR в эпоху Американской революции (1775-1783). Предпосылки паблик рилейшнз в США в XIX в.
Тема 12 История паблик рилейшнз как профессионального вида деятельности : зарубежный опыт	Первичная институционализация паблик рилейшнз. Вторичная институционализация паблик рилейшнз. Третья институционализация паблик рилейшнз. История связей с общественностью в Европе: Германия и Великобритания, Франция и Италия, Финляндия и Швеция. Связи с общественностью в постсоциалистических странах. Связи с общественностью в странах Балтии
Тема 13 Периодизация связи с общественностью в России	Исторические предпосылки становления PR в России. Периодизация истории российского PR. Современный этап развития связей с общественностью в России.

Название дисциплины	Командообразование
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов универсальных компетенций, направленных на развитие умений и навыков командообразования на основе непосредственного участия в обучении эффективной работе команды в реальных условиях.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Психологические основы командообразования. Понятие и основные элементы командообразования	Понятие группы и малой группы. Виды малых групп. Личность в группе. Основные характеристики коллектива как разновидности малой группы. Команда как особый вид малой группы. Типология команд. Отличия команды от малой группы. Формальные неформальные группы как первооснова команды. Характеристики и критерии эффективности команды. Факторы, влияющие на эффективность команды. Понятие о командообразовании. Пути командообразования: естественный и целенаправленный. Теории командообразования (Б. Такмен, И. Ялом и К. Хек, М. Вудкок и Д. Френсис, И.П. Волков и др.). Нестандартные виды командообразования: пограничный тимбилдинг, корпоративный флэш-моб, шерстяной тимбилдинг.
Тема 2 Внутрикомандные процессы и	Процесс командообразования и его составляющие. Основные принципы организации командной формы работы. Стадии формирования команды Б. Такмен. Распределение ролей и особенности работы в команде. Понятие «роль» в психолого-педагогической литературе. Командные роли в

отношения. Инструменты управления командными взаимоотношениями	классификации Р. Дафта. Тест М. Куна и Т. Мак-Партленда. Специфика управления взаимоотношениями в формальной и неформальной группе. Инструменты командообразования: интеллектуальные, творческие, спортивные. Психологические инструменты: методики персонотметрии, определение и развитие эмоционального интеллекта каждого члена группы. Социально-психологические инструменты: методики социометрии, упражнения, социально-психологический тренинг. Тренинг: его роль в формировании команды.
Тема 3 Исследования особенностей командного взаимодействия	Модели эффективного командного взаимодействия. Основные подходы к формированию команды: функционально-ролевой подход Р.М. Белбина: модель управленческих ролей Т.Ю. Базарова; типологический подход: Э. Майерс-К. Бриггс, Д. Кейрси, В.В. Авдеева; психофизиологический подход: Н. Херрманн. Методы и методики диагностики существующих взаимоотношений в команде. Схема анализа данных наблюдений при отборе кандидатов в команду.
Тема 4 Личностный ресурс и основные компетенции в командообразовании	Компоненты личностного ресурса: мотивационно-ценностный, интеллектуально-когнитивный, эмоциональный, коммуникативно-поведенческий компетенций. Основные типы компетенций. Лидерские компетенции. Мотивация к достижению. Внутреннее стремление к саморазвитию. Работоспособность. Умение вдохновлять, заражать идеями. Эмоциональная компетентность. Управленческие компетенции. Схема компетенций в области командообразования Спивака В.А.
Тема 5 Коммуникации в команде	Коммуникация как инструмент управления командой. Специфика коммуникативного процесса между членами команды: позиция партнеров в процессе общения, смысловая интерпретация информации и др. Виды коммуникации. Позиции и ориентации в коммуникации. Навыки групповой работы: навыки эффективного общения, решение проблем и принятие решений, достижение консенсуса, навыки обратной связи, «техника» организации дискуссий.
Тема 6 Управление конфликтами и в командном взаимодействии	Конфликты: понятие, функции, виды. Уровни конфликтов: внутриличностный, межличностный, межгрупповой. Динамика конфликта Особенности конфликтов в команде. Стадии протекания конфликта. Стратегия и тактика поведения в конфликте. Техники и технологии управления конфликтами. Путеводитель к разговору в конфликтной ситуации Л.Х. Гордон

Название дисциплины	Коммуникационные технологии лидерства
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Формирование у обучающихся представлений о теоретических и практических аспектах лидерства в организации, командообразовании, а также формирование профессиональных компетенций, необходимых выпускнику согласно направлению его подготовки
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Теоретические подходы к определению лидерства	Лидерство как социальное и психологическое явление.. Основные теории лидерства: теория черт, ситуативная теория, теория последователей, комбинированные теории Лидерство и руководство. Современная типология и функции лидерства в организации. Социально-технологические особенности лидерства и его влияния на деятельность организации. Лидерство как особый тип отношений. Неформальный лидер.
Тема 2	Стили лидерства. Универсальные и вариативные психологические качества

Социально-психологический портрет лидера	лидера. Поведение лидера. Концепции лидерских качеств. Механизмы реализации власти лидера
Тема 3 Лидерство в системе управления по формированию и развитию корпоративной культуры	Культура как интегральный регулятор жизнедеятельности группы Специфика российского лидерства в управленческой деятельности. Роль лидера в формировании групповой культуры. Диагностика корпоративной культуры
Тема 4 Лидерство и командообразование	Социально-психологические методы руководства коллективом. Понятие малой группы, коллектива, команды. Определение понятий команда и командообразование. Отличие команды от группы людей. Основные функции команды. Основные признаки команды. Принципы командообразования. Механизмы командной работы. Роль лидера в образовании команды
Тема 5 Инструменты управления командными взаимоотношениями. Работа с конфликтами и в команде	Основные виды конфликтов. Структура конфликта и его динамика. Управление конфликтом. Роль лидера в организации бесконфликтной трудовой деятельности коллектива. Технологии эффективного общения и рационального поведения в конфликте.
Тема 6 Технологии эффективного лидерства	Лидерские компетенции. Технологии позитивного влияния Таймменеджмент и целеполагание как инструменты лидера. Принятие решений, ответственность и делегирование как инструменты лидерства. Мотивация, стимулирование, контроль и оценка как функции лидера. Основные принципы и правила коммуникации лидера Контроль и оценка, искусство обратной связи

Название дисциплины	Копирайтинг и спичрайтинг
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций, связанных с подготовкой текстов публичных коммуникаций.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Спичрайтинг и копирайтинг как дисциплина и коммуникативная технология	Широкое и узкое понимание спичрайтинг и копирайтинга. Анализ коммуникационной инфраструктуры организации и теоретико-прикладные основы ее построения для создания эффективных копирайтерских и спичрайтерских текстов. Отличия копирайтинга и спичрайтинга в коммуникационной и маркетинговой деятельности организации.
Тема 2	Понятия маркетинговой лингвистики, маркетингового и потребительского

Продвигающий текст. Научный подход	дискурсов, продающего и продвигающего текстов. Оценка эффективности
Тема 3 Продающий/продвигающий текст с точки зрения бизнеса-копирайтинга	Понятие продающего текста в бизнесе. Подходы Д. Кота, М. Ильяхова, Д. Каплунова и др. Маркетинговые приемы. Форматы. Оценка эффективности.
Тема 4 Структура рекламного текста.	Определение рекламного текста (РТ): основные подходы. Структура РТ по Хр. Кафтанджиеву: заголовок, слоган, основной рекламный текст (ОРТ), иконический текст; эхо-фраза. Соотношение шрифтовых, графических, цветовых компонентов в РТ. Структура РТ по Л.Г. Фещенко.
Тема 5 Нейминг	Лингвистические и маркетинговые аспекты нейминга. . Соотношение заголовка и нейма. Виды неймов: отобъектный, отсубъектный, коммуникативный. Характеристики эффективного нейма. Нейм в системе корпоративной идентификации организации. Приемы языковой игры в нейме.
Тема 6 Слоганистика	Лингвистические и маркетинговые аспекты слогана. . Виды слогана: коммерческий (товарный), корпоративный, политический (электоральный). Соотношение слогана и заголовка, его место в структуре рекламного текста. Баланс содержания и формы как принципа создания эффективного слогана. Лингвистические модели эффективного политического слогана. Анализ российской практики слоганистики.
Тема 7 Особенности создания традиционного рекламного текста – печатного, радио, телевизионного	Различные подходы: К. Иванова, В. Ученова и другие. Методы и технологии оценки эффективности текстов печатной, телевизионной, аудиорекламы (филологические, маркетинговые).
Тема 8 Специфика текста модульной рекламы на различных носителях	Основные виды рекламной продукции, а также традиционные и современные средства рекламы и технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов. Особенности создания модульной рекламы. Фреймовая и слотовая структура модульного текста. Принципы и инструменты выделения фреймов и слотов в РТ.
Тема 9 Создание вербального контента для Интернет и социальных медиа	Рекламные тексты вербального и вербально-визуального типов для разных интернет-площадок: сайтов компании, социальных медиа, сайтов онлайн-СМИ и собственных медийных проектов. SEO-оптимизация и SMM-оптимизация. Уникализация контента.
Тема 10 Сценаристик	Понятие, структура. Особенности сценария аудио и видеоролика, ивента.

а	
Тема 11 Спичрайтерский текст	Понятие спичрайтерского текста: широкое и узкое. Виды публичной речи по целеустановке и степени подготовленности. Этапы подготовки спичрайтерского текста.
Тема 12 Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению	Подготовка первого (должностного) лица к устному публичному выступлению. Сбор информации, психологическая подготовка. Вербальная, коммуникативная характеристика спикера. Формы обратной связи в устном публичном выступлении. Система навыков публичного спикера.

Название дисциплины	Корпоративные коммуникации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Формирование профессиональной компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью в сфере корпоративных коммуникаций (КК)
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Теоретико-методологические основы корпоративных рекламы и связей с общественностью	Понятие и история корпоративных коммуникаций. Коммуникационная деятельность и общение в организации. Коммуникации как важный аспект организационного поведения. Цели, задачи и функции организационной коммуникации. Коммуникативные и символические интеграторы. Специфика основных профессиональных функций специалиста в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.
Тема 2 Коммуникационные каналы в организации	Коммуникационные потоки в организации: внешние и внутренние, вертикальные и горизонтальные, межличностные и организационные, формальные и неформальные. Коммуникационные каналы в организации. Коммуникационные потребности сотрудников организации. Социальная информация в организации. Классификация корпоративных коммуникаций.
Тема 3 Инструментарий корпоративных коммуникаций	Функции ритуалов и традиций в компании. Лидер и руководитель: роль в создании эффективных коммуникаций. Массовидные явления, управление слухами в компании. Роль корпоративных мероприятий и видеоматериалов. Корпоративные СМИ.
Тема 4 Корпоративная культура как коммуникативный интегратор	Цели и задачи корпоративной культуры (КК), значение в современном мире. Структура и виды корпоративной культуры. Уровни корпоративной культуры. Специфика корпоративной культуры в России и за рубежом. Основные проблемы внутриорганизационных коммуникаций. Стрессовые и кризисные внутриорганизационные коммуникации: типология, специфика управления. Работа специалиста по рекламе и СО по формированию и поддержанию корпоративной культуры. Принципы и механизмы формирования КК в стратегических коммуникациях. Диагностика и оценка КК как основа управления ею.

Название дисциплины	Культурная антропология
Кафедра	Кафедра международных отношений, медиалогии, политологии и истории
Цель освоения дисциплины	Знакомство с сущностью культурной антропологии как научной дисциплины, её месте в системе социально-гуманитарного знания; умение анализировать различные аспекты жизнедеятельности человека в культуре; анализ культурного контекста поведения человека в обществе и природе и поведения индивида в условиях культурного разнообразия и взаимодействия различных культур.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 История и методология культурной антропологии.	Культурная антропология как наука. Понятие антропологии и её основные направления. Объект и предмет. История культурной антропологии, основные этапы развития. Особенности развития культурной антропологии в западных странах и России.
Тема 2 Теоретические концепции культурной антропологии. Понятие культуры.	Наиболее влиятельные теоретические концепции социальной и культурной антропологии: эволюционизм и неэволюционизм; функционализм и структурный функционализм; структурная антропология и интерпретативная антропология. Понятие культуры в культурной антропологии. Аспекты культуры.
Тема 3 Отрасли культурной антропологии.	Основные отрасли культурной антропологии: антропология семьи, экономическая, политическая, военная, юридическая антропологии, прикладная антропология.
Тема 4 Основные проблемы культурной антропологии.	Культура и личность. Культура и общество. Этнос и этнокультура. Проблема культурной динамики. Межкультурное взаимодействие.

Название дисциплины	Медиакоммуникации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Сформировать системное представление об актуальном состоянии современных медиакоммуникаций.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие медиакоммуникации	Виды медиакоммуникации. Процесс медиакоммуникации.
Тема 2 Медиакоммуникации и журналистика	Журналистика в классических моделях коммуникации. Журналист: манипулятор или медиатор? Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации.
Тема 3	Четыре теории прессы. Три модели СМИ и политики.

Исторические модели массмедиа. Теории медиа	
Тема 4 Массмедиа как система	Типология медиакommunikации (печатные медиа; визуальная журналистика; радиовещание; телевидение; информационные агентства). Актуальные медиасистемы: американская, европейская и российская.
Тема 5 Интернет-коммуникация. Сетевые СМИ	Интернет-коммуникация и существенные трансформации медиасистемы. Конвергенция и новые подходы к формированию теоретических концепций медиаиндустрии.
Тема 6 Медиакommunikация и медиатекст	Язык массмедиа. Медиатекст как тип текста и элемент коммуникационного процесса.
Тема 7 Новостной повод. Повестка дня	Формирование информационного потока традиционными и сетевыми СМИ. Постановка и формирование повестки дня.
Тема 8 Корпоративная медиакommunikация	Цели и задачи корпоративных медиа. Принципы взаимодействия с корпоративными службами, аудиторией. Медиапланирование. Копирайтинг.
Тема 9 Глобальные и национальные модели медиакommunikации	Журналистика в XXI веке: особенности глобальной, транснациональной, национальной инфраструктуры. Медиа как индустрия интерактивных развлечений. Перспективы развития аудитории.

Название дисциплины	Медиастилистика
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Дать системное представление о медиастилистике информационной эпохи, роли СМИ в динамике языковых и мировоззренческих процессов и функционально-стилистическом статусе медиаречи.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Система функциональных стилей русского литературного языка.	Функциональные стили речи. Лексические, словообразовательные, морфологические, синтаксические признаки научного стиля. Лексические, словообразовательные, морфологические, синтаксические признаки публицистического стиля. Стилистическая специфика языка СМИ, публичных выступлений, PR-текстов и рекламы. Изобразительно-выразительные средства и их роль в медиатекстах. Взаимопроникновение функциональных стилей.
Тема 2 Текст как объект литературного редактирования	Текст. Основные свойства текста: информативность, смысловая целостность, синтаксическая связанность, литературная обработанность, стилистическая цельность. Различные типы текстов и способы изложения как предмет работы редактора. Редактор и читатель: прогноз восприятия текста, критерии анализа речевого произведения. Виды редакторской правки и её техники. Технология

ния.	саморедактирования. Классификация ошибок.
Тема 3 Стилистика чужой речи.	Понятие чужой речи. Прямая речь. Косвенная речь. Несобственно-прямая речь. Тенденции в передачи чужой речи в современном русском языке. Правила оформления и особенности редактирования чужой речи.
Тема 4 Стилистика информационной эпохи.	Медиастилистика как особый раздел стилистики речи. Интегративная категория медиастиля как предмет изучения медиастилистики. Медиа как основной фактор динамики стилистических норм в литературном языке и материал для научных исследований. Стилистические характеристики информационной эпохи. Проблемное поле современной медиастилистики.
Тема 5 Интенциональный стилистический метод.	Интенциональная стилистика: предмет, объект и базовые понятия. Интенциональный стилистический метод. Типы интенций. Общие признаки коммуникативной интенции. Интенциональность в профессиональной речевой среде. Авторская интенция. Влияние на интенциональность медийной речи технологических, культурно-исторических, познавательных-творческих факторов. Мотивационный и содержательно-предметный аспекты интенциональности.
Тема 6 Дискурс в контексте медиастилистики.	Роль медиастилистики в развитии современной стилистики. Субдискурсы в пространстве медиакультуры: информационный/новостной субдискурс; публицистический/тенденциозный дискурс; дискурс развлечения, ? круг интенции развлечения и их стилистические особенности. Тематические, концептуальные и стилистические доминанты данных субдискурсов. Лингвистические исследования дискурса в контексте медиастилистики.
Тема 7 Нарративная концепция медиастиля.	Нарратив как коммуникативная техника медиапространства. Семантический, синтаксический, стилистический и прагматический уровни нарратива. Медиастиль и его нарративная организация. Линейный метанарратив: «деконструкция» медиатекстов.

Название дисциплины	Межличностные и деловые коммуникации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Развитие навыков обоснованной и всесторонней оценки деловой коммуникации на основе обобщения знаний и практического опыта в области межличностных коммуникаций, менеджмента, социальной психологии и этики делового общения, риторики и бизнес-этикета.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие и основные элементы межличностной и деловой коммуникации.	Основные элементы, нормы и правила деловой коммуникации. Эффекты деловой коммуникации. Коммуниканты: правила взаимодействия. Общение как инструмент деловой коммуникации. Коммуникативная компетентность личности: понятие, характеристики. Психологические особенности личности и деловые качества коммуникантов. Коммуникативная компетентность специалиста по рекламе и СО. Вербальная и невербальная коммуникация в деловой сфере: основные элементы. Основы межличностного и межкультурного взаимодействия. Я-концепция личности. Понятие и сущность коммуникативной личности. Базовые свойства личности: самооценка, система личностных смыслов, идентификация и «Я-концепция», их влияние на деловые качества коммуникантов. Специфика межличностных и деловых коммуникаций.
Тема 2 Каналы и средства деловой коммуникации,	Каналы и средства коммуникации: соотношение понятий. Правила выбора адекватных каналов и средств коммуникации, организации эффективной обратной связи. Современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в контексте профессиональной коммуникации. Техническое оборудование и программное обеспечение для межличностной и деловой коммуникации; современные цифровые устройства,

организация обратной связи.	платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Восприятие, слушание и убеждение в деловом общении. Социальная перцепция, механизмы перцепции. Слушание как обратное высказыванию коммуникативное действие. Принципы эффективного слушания. Убеждающая коммуникация в деловой сфере.
Тема 3 Коммуникативный стиль. Специфика межличностной и деловой коммуникации в бизнесе.	Коммуникативные стили в деловой коммуникации: обвинительный, директивный, убеждающий и решающий проблему. Коммуникативные стили поведения лидера (авторитарный, демократический, свободный). Коммуникативный акцент в межличностной и деловой коммуникации, способы его преодоления. Общение в различных деловых ситуациях. Деловая коммуникация в сфере бизнеса: специфика, правила поведения. Эпизоды деловых коммуникаций с точки зрения наличия в них межличностных факторов, влияющих на их эффективность.
Тема 4 Способы преодоления коммуникативных барьеров.	Психологический настрой в коммуникативном акте. Виды и причины коммуникативных барьеров. Простые (механические) и сложные (семантические) шумы и способы их преодоления. Основы межкультурной коммуникации. Отношения с коллегами, эффективная коммуникация с представителями других этнических, культурных и конфессиональных групп. Роль первого впечатления в межличностной и деловой коммуникации. Управление конфликтами в межличностной и деловой коммуникации.
Тема 5 Эффективность устной и письменной деловой коммуникации.	Эффективное коммуникационное взаимодействие в устной и письменной форме. Основные формы и жанры устной деловой коммуникации. Устные жанры деловой коммуникации: деловой разговор (форма ситуационного контакта), деловая беседа, деловые переговоры, совещание, пресс-конференция, презентация. Сигналы неискренности в деловой коммуникации. Письменные жанры деловой коммуникации: деловые письма, отчеты. Принципы эффективности письменной деловой коммуникации: персональность, KISS-принцип, краткость, ясность, цельность и связность, позитивность, тактичность, удобство чтения, привлечение внимания визуальные образы, грамотность, стандартные элементы оформления.
Тема 6 Этика и эстетика межличностной и деловой коммуникации.	Западные и восточные этические концепции. Особенности национального этикета. Критерии этической оценки коммуникации, интенциональность и содержательность коммуникации. Коммуникативные роли в этическом аспекте. Понятие «дурной тон» в общении. Межличностные отношения в аспекте повышения эффективности деловых коммуникаций. Эстетические критерии в деловой коммуникации: создание благоприятного психологического климата, противодействие проявлению грубости, унижению личного достоинства личности, сквернословию и т.п. Культивирование эстетически значимого общения связано с эффектом сплоченности коллектива и повышением качества труда.

Название дисциплины	Организация отдела по рекламе и связям с общественностью
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Роль и функции отдела	Организационная структура предприятия. Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней

<p>рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.</p>	<p>коммуникации. Роль и функции отдела в системе менеджмента качества организации.</p>
<p>Тема 2 Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в государственных, некоммерческих и коммерческих организациях.</p>	<p>Структура и основные направления деятельности PR-отделов в органах государственной власти. Пресс-службы и пресс-центры в органах государственной власти: структура и основные функции. Задачи, функции, структура PR-отделов в некоммерческих политических и общественных организациях. Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях. Структура и численность PR-отдела в крупных, средних, малых предприятиях.</p>
<p>Тема 3 Регулятивная документация отдела рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Должностное и штатное расписание отдела рекламы и связей с общественностью Положение об отделе рекламы и связей с общественностью: принципы создания и порядок утверждения, структура Положения. Должностные инструкции и регламенты деятельности сотрудников отдела. Критерии оценки статуса и профессиограмма соискателя должности. Положение об аккредитации журналистов СМИ. Корпоративные кодексы. Брендбук.</p>
<p>Тема 4 Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации.</p>	<p>Взаимодействие PR-подразделений с другими подразделениями организации: руководством, финансово службой, отделом маркетинга, управлением по сбыту, управлением по работе с персоналом, юридическим отделом и другими ключевыми корпоративными структурами компании.</p>
<p>Тема 5 Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Исследовательский сегмент в работе отдела рекламы и связей с общественностью: медиаанализ, ситуационный анализ, коммуникационный аудит. Постановка целей, разработка стратегии и тактики рекламной и PR-деятельности. Медиапланирование и разработка контент-плана в работе отдела рекламы и связей с общественностью.</p>

стью.	
Тема 6 Бюджетирование работы отдела рекламы и связей с общественностью.	Принципы разработки бюджета. Основные статьи расходов. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR-деятельность.
Тема 7 Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по взаимодействию со средствами массовой информации.	Медиарилейшнз в работе отдела рекламы и связей с общественностью. Организация работы пресс-центра. Организация мероприятий для СМИ. Аккредитация журналистов СМИ.
Тема 8 Задачи отдела по работе органами государственной власти и общественными организациями, партнерами и инвесторами.	Формы взаимодействия отдела по работе с органами государственной власти, общественными организациями, партнерами. Фандрайзинг, спонсорство, благотворительность.
Тема 9 Творческий сегмент в работе PR-отдела.	Производство презентационных материалов и рекламно-имиджевой продукции: современные тренды. Создание корпоративных видеороликов и презентационных фильмов. Разработка контента для медиасреды.
Тема 10 Задачи отдела рекламы и связей с общественностью по организации внутрикорпоративных коммуникаций.	Основные принципы формирования корпоративной культуры и взаимодействия с персоналом. Инструменты управления корпоративной культурой. Виды и задачи корпоративных СМИ. Разработка и реализация корпоративных мероприятий. Система обратной связи с персоналом.
Тема 11 Оценка	Проблема определения критериев оценки эффективности (KPI) в коммуникационной деятельности. Основные показатели эффективности

эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.	специалиста по коммуникациям - PR, реклама, SMM. Отчетность в работе отдела рекламы и связей с общественностью.
--	---

Название дисциплины	Организация спецсобытий
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения 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
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Специальные события в коммуникационных кампаниях	Введение. Понятие и виды специальных событий и социальных мероприятий
Тема 2 Цели и задачи специальных событий	Специальные события: задачи, особенности, структура, определения, место в рекламе и PR.
Тема 3 Типологические характеристики специальных мероприятий	Соотношение понятий: событийные коммуникации, событийный маркетинг, событийный менеджмент, ивент-менеджмент, событийный PR. Виды специальных событий и социальных мероприятий
Тема 4 Этапы подготовки и проведения мероприятия	Формирование плана подготовки проекта. Планирование времени и его распределение. Организация и проведение специальных событий.
Тема 5 Творческие аспекты подготовки спецсобытий	Требования к подготовке спецсобытий
Тема 6 Коммуникационное продвижение специальных событий	Организация информационной поддержки специальных мероприятий. Создание вспомогательных мультимедийных материалов для коммуникативных событий. Информационное сопровождение специальных мероприятий
Тема 7 Методы и специфика оценки эффективности	Оценка качества и эффективности специальных событий

ти специальных событий	
Тема 8 Корпоративные мероприятия для внутренней аудитории	Стратегия и тактика планирования специальных событий. Процесс подготовки и проведения специального мероприятия
Тема 9 Принципы проведения мероприятий для СМИ	Специфика работы со СМИ. Специальные события в работе со СМИ
Тема 10 Специальные события в формировании бренда и имиджа организации	Специальные мероприятия и внутренний имидж компании; Специальные мероприятия и внешний имидж компании. Формирование команды для работы над проектом Подготовка имиджевых, презентационных и информационных материалов для специальных мероприятий
Тема 11 Специальные мероприятия по продвижению товаров и услуг на рынок	Организация специальных событий как технология продвижения организации

Название дисциплины	Основы дизайна и композиции
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Цель: освоение теоретических знаний о композиции в дизайне; приобретение умений применять эти знания в профессиональной деятельности; формирование необходимых компетенций.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Дизайн и его роль в формировании эстетического образа компании	Понятие дизайна. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна. Физиологическое и психологическое воздействие дизайн-объектов. Темперамент (цветовые предпочтения). Восприятие и его закономерности в работе дизайнера.
Тема 2 Законы и принципы композиции	1. Определение композиции. Базовое понятие о композиции, как об организующей структуре, изобразительной системы для выражения идеи. Виды композиционных построений: фронтальная композиция, объемная композиция, глубинно - пространственная. 2. Организация композиции. Единство и соподчинение. Закон нюанса, контраста, тождества. Равновесие - баланс изобразительных средств. Симметрия, виды симметрий.

	Геометрический и оптический центры композиции. Понятие асимметрия. Статичная и динамичная композиция.
Тема 3 Способы гармонизации и композиции	1. Выразительные средства композиции Точка, линия, пятно – элементы организации композиции. Специальные выразительные средства: план, ракурс, тональность, колорит, изобразительные акценты, фактура и текстура материалов. 2. Пропорции Определение пропорций, их значение для организации различных видов композиционных построений. Определение модуля, модульной системы, модульной сетки. "Золотое сечение", как метод гармонизации композиции. Значение пропорциональной группы в композиции. Масштаб, масштабность.
Тема 4 Цвет в композиции	Характеристики цвета: цветовой тон, светлота, относительная яркость, насыщенность, чистота цвета. Основные и дополнительные цвета, принципы их сочетания. Цветовые гармонии. Ряды хроматических и ахроматических тонов и переходные между ними. Свойства теплых и холодных тонов.
Тема 5 Свет в композиции	Виды освещения, приемы светового решения в дизайне: световой каркас, блики, тени, светотеневые градации.
Тема 6 Фирменный стиль и его роль в дизайне	Логотип. Товарный знак. Корпоративные цвета. Шрифт. Носители фирменного стиля. Образ. Дополнительные элементы фирменного стиля. Инструменты для создания фирменного стиля.

Название дисциплины	Основы менеджмента
Кафедра	Кафедра проектного менеджмента и управления качеством
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Вводная часть дисциплины. Понятие и содержание менеджмента	Терминология основных понятий. Цель менеджмента. Содержательные аспекты менеджмента. Объекты и субъекты менеджмента. Виды менеджмента. Функции менеджмента. Методы менеджмента. Принципы менеджмента. Инфраструктура менеджмента.
Тема 2 Теоретические основы менеджмента	Субъект и объект управления. Элементы теории систем в менеджменте. Определение системы. Эмерджентность и аддитивность. Признаки классификации систем по Акоффу. Детерминированные, анимационные, социальные, экологические системы. Системные модели в менеджменте. Детерминированная модель. Анимационная модель. Социально-системная модель. Средовая или экологическая модель. Жизненный цикл организации. Теория жизненного цикла организации И. Адизеса. Теория жизненного цикла организации Л. Грейнера.
Тема 3 Краткая история современного менеджмента	Условия становления менеджмента. Мануфактура и фабрика. США как родина современного менеджмента. Ф.У.Тейлор как основоположник современного научного менеджмента. Школа научного менеджмента. Триумфальное шествие тейлоризма по планете. Классическая школа менеджмента. А. Файоль и функции менеджмента. М.Вебер и концепция рациональной бюрократии. Школа человеческих отношений как реакция на

.	тейлоризм. М.П. Фоллет. Э. Мэйо, Ф. Ротлисбергер и хоуторнские эксперименты. Школа поведенческих наук. А. Маслоу, Д. Мак Грегор. Теория Х и теория У. Теория менеджмента во второй половине XX века.
Тема 4 Функции менеджмента .	Типизация функций менеджмента. Функция формирования целей. Ценности, их иерархия в конкретных организациях. Видение. Миссия. Определение цели. Систематизация целей организации. Дерево целей как инструмент целеполагания. Функция планирования. Содержание функции. Планы организации. Виды планов (по времени, по предмету и т.п.). Взаимосвязь планов. Технология планирования. Методы планирования. Нормативный метод. Экстраполяция. Балансовый метод. Методы календарного планирования (графики Гантта, сетевые графики). Определение функции организации деятельности. Организация как процесс создания структуры организации. Организация как процесс формирования взаимоотношений полномочий. Бюрократическая и адаптивная модель в менеджменте. Структуры бюрократической модели: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная. Структуры адаптивной модели: проектная (программно-сетевая), матричная, сетевая, виртуальная. Делегирование. Полномочия. Ответственность. Линейные полномочия. Скалярная цепь. Высокие и плоские организации. Принцип единоначалия. Норма управляемости. Аппаратные полномочия. Тип аппарата. «Сила» и «широта» аппаратных полномочий. Определение функции контроля. Необходимость контроля. Роль организованного учета. Оценка и анализ. Виды контроля. Методы контроля. Функция регулирования. Определение функции регулирования. Основные направления регулирования: устранение отклонений; пересмотр стандартов. Реактивное и проактивное регулирование. Обратная связь как условие регулирования. Определение функции мотивирования. Теории мотивирования. Содержательные и процессуальные теории. Теория потребностей А. Маслоу. Развитие теории потребностей К. Альдерфером. Развитие теории потребностей Б.М. Генкиным. Теория приобретенных потребностей Мак Клеllandа. Теория двух факторов Герцберга. Теория ожиданий Врума. Теория справедливости Адамса. Теория мотивирования Портера-Лоулера. Технология мотивирования. Коллективное и индивидуальное мотивирование. Использование внешнего вознаграждения: материальные и нематериальные стимулы. Использование внутреннего вознаграждения: работа, которая нравится. Мотивация достижения и мотивация избегания по В.И. Герчикову.
Тема 5 Связующие процессы в менеджменте .	Определение функции разработки и принятия решения. Фоновый характер функции. Управленческие решения. Требования к управленческим решениям. Классификация управленческих решений. Этапы разработки рационального управленческого решения. Модели и методы разработки и принятия решений. Режимы принятия управленческого решения. Коллегиальное принятие решений. Коллективное принятие решений. Классическая, административная и политическая модель принятия решений. Определение функции установления коммуникаций. Фоновый характер функции. Типология коммуникаций. Коммуникативная компетентность менеджера. Внешняя и внутренняя коммуникации. Формы коммуникаций. Формальные коммуникации: восходящие, нисходящие, горизонтальные. Неформальные коммуникации: «прогулочное управление», «тайный телеграф». Слухи и их эффективность. Технология и результативность коммуникации. Общая схема коммуникативного процесса. Критерии выбора канала коммуникации. Цели установления коммуникаций. Результаты коммуникативного процесса.
Тема 6 Организационное	Типология групп и групповая динамика. Формальные и неформальные группы. Групповая динамика. Факторы групповой динамики. Понятие организационной культуры и типология организационных культур. Типы

поведение.	организационной культуры по Ч. Хэнди. Типы организационной культуры по Дж. Сонненфельду. Ценности организации как инструмент формирования поведения сотрудников. Методика исследования менталитета сотрудников организации Г. Хофстеде. Власть. =Соотношение понятий «власть», «лидерство», «руководство». Организационная и естественная иерархия как источники власти и лидерства. Современные теории лидерства. Стили руководства. Конфликты как модели группового поведения. Типология конфликтов. Функциональные и дисфункциональные последствия конфликтов. Управление конфликтом. Способы предотвращения конфликтов. Методы разрешения конфликтов. Понятие этики бизнеса.
Тема 7 Эффективность менеджмента и современные тенденции в развитии менеджмента .	Понятие эффективности, эффективности менеджмента. Эффективность производства. Эффективность организации. Техническая неэффективность менеджмента. Экономическая неэффективность менеджмента. Количественные показатели эффективности менеджмента. Пути повышения эффективности менеджмента. Парадигмы современного менеджмента. Традиционная управленческая парадигма. Инновационная управленческая парадигма. Характеристики новой инновационной управленческой парадигмы. Динамика парадигмы менеджмента. Партиципативный менеджмент. Цветные организации. Бирюзовые организации. Построение бизнес-моделей по А. Остервальдеру. Шаблон бизнес-модели. Дизайн-мышление в бизнесе. Стил менеджмента «эджайл». Принцип холакратии.

Название дисциплины	Основы теории коммуникации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Формирование теоретико-методологического базиса изучения следующих за курсом основы теории коммуникации социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Определение, сущность и формы коммуникации	Понятие и основные элементы, формы коммуникации как социальной, этической, профессиональной и культурной базы общения.
Тема 2 Теория коммуникаций и коммуникативистика	Типология социальной коммуникации. Функции коммуникации.
Тема 3 Современные теоретические концепции коммуникаций	Эволюция социальной коммуникации и современное информационное общество в многообразии культурной, политической, экономической и медийной проблематике.
Тема 4 Процессно-информационный подход	Общая характеристика. Модель коммуникации Г. Лассуэлла. Математическая модель Шеннона-Уивера. Модель Дж. Гербнера. Социально-психологическая модель Ньюкомба. Интегральная модель Б. Вестли и М. Маклина. Трансакционная модель.

коммуникации	
Тема 5 Семиотический подход к коммуникации	Семиотика. Синтактика, семантика, прагматика. Структурно-лингвистическое направление. Концепция знака Де Соссюра. Логико-философское направление. Модель знака. Семиотическая модель Ч. Пирса

Название дисциплины	Основы цифровой безопасности
Кафедра	Кафедра вычислительных систем и программирования
Цель освоения дисциплины	Познакомить студентов с современными вызовами безопасности цифровой информации и методами защиты от атак на компьютерную информацию.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1 Современные вызовы цифровой безопасности . Угрозы информационной безопасности и способы их реализации.	Понятие безопасности автоматизированной информационной системы. Понятие защиты информации. Конфиденциальность, целостность, доступность. Субъекты, заинтересованные в обеспечении информационной безопасности. Уровни обеспечения информационной безопасности. Системы обеспечения информационной безопасности. Понятие угрозы информационной безопасности. Основные виды и источники угроз информационной безопасности. Внутренние и внешние угрозы. Понятие уязвимости информационной системы, атаки на систему. Понятие риска. Причины, виды, каналы утечки и искажения информации. Основные методы реализации угроз информационной безопасности: методы нарушения секретности, целостности и доступности информации. Политика безопасности. Информационные риски. Управление рисками. Качественный и количественный анализ риска. Методики оценки рисков. Модель оценки рисков. Экономические последствия атак на информацию. Структура ущерба предприятия от реализации угроз информационной безопасности.
Тема 2 Методы и средства защиты от несанкционированного доступа к компьютерной информации (обзор, классификация).	Определение методов и технологий защиты информации. Обобщенные категории методов защиты информации. Организационные меры защиты информации. Технологические методы и средства защиты информации. Криптографические и правовые методы защиты информации. Особенности защиты на разных уровнях информационной системы. Противодействие инсайдерской деятельности.
Тема 3 Правовой ландшафт информационной безопасности . Защита персональных данных. Компьютерн	Правовые меры защиты информации. Государственное регулирование в сфере информационной безопасности. Правовые режимы доступа к информации. Виды тайн. Персональные данные. Государственные регулирующие органы РФ. Компьютерные преступления. Основные международные стандарты информационной безопасности. Процессы управления информационной безопасностью. Процесс управления рисками организации и его процедуры. Проблемы применения стандартов информационной безопасности.

ые преступления.	
Тема 4 Защита от вредоносного программного обеспечения.	Вредоносное программное обеспечение. Классификация вредоносных программ. Понятие компьютерного вируса. Троянские программы. Основные типы компьютерных вирусов. Основные классы вредоносных программ по характеру воздействия на компьютерную систему. Основные тенденции развития вирусных технологий. Возможные последствия вирусных атак. Методы и средства антивирусной защиты.
Тема 5 Методы идентификации и аутентификации. Парольные системы. Правила выбора паролей.	Системы идентификации и аутентификации: основные определения, типы, область применения, классификация. Парольная защита. Общие подходы к построению парольных систем. Выбор паролей. Методы взлома паролей. Методы выбора паролей. Дискреционное и мандатное управление доступом. Уровни доступа. Ролевое управление доступом. Двухуровневое назначение прав доступа.
Тема 6 Операционные системы, встроенные механизмы защиты. Управление доступом к данным.	Защищенные информационные системы. Принципы построения защищенных информационных систем. Оценка безопасности операционной системы. Структура операционной системы. Инструменты настройки безопасности ОС Windows. Защищенная файловая система NTFS. Средства шифрования ОС Windows. Защита работы пользователей в сети Windows. Защита офисных документов. Технологии защиты баз данных. Управление доступом к данным.
Тема 7 Основы технической, криптографической, стеганографической защиты информации.	Техническая защита информации. Исторические методы стеганографии. Цифровая стеганография. Определения и методы цифровой стеганографии. Стегосистема. Области применения компьютерной стеганографии. Основы современной криптографии. Понятия и определения современной криптографии. Стойкость шифра. Стойкость алгоритмов шифрования. Классификация криптоаналитических атак. Классификация криптографических алгоритмов. Исторические шифры. Требования, предъявляемые к современным алгоритмам шифрования. Симметричные алгоритмы шифрования. Алгоритмы шифрования с открытым ключом. Алгоритмы электронной цифровой подписи. Хеширование. Типы криптографических хеш-функций. Защищенная цифровая подпись. Цифровые сертификаты.
Тема 8 Компьютерные сети. Методы защиты сетей. Обеспечение безопасности при работе в Интернет.	Основные принципы организации сетевой защиты. Типичные угрозы безопасности и уязвимости сетевых информационных систем. Классификация способов несанкционированного доступа и жизненный цикл атак. Нападения на политику безопасности и процедуры административного управления. Нападения на постоянные и сменные компоненты системы защиты. Нападения на протоколы информационного взаимодействия. Нападения на функциональные элементы компьютерных сетей. Способы противодействия несанкционированному сетевому и межсетевому доступу. Аутентификация пользователя локальной сети. Разграничение доступа к локальной сети. Противодействие несанкционированному межсетевому доступу. Использование межсетевых экранов (Firewall). Критерии их оценки. Туннелирование. Технология виртуальных частных сетей. Защищенные сетевые протоколы. Безопасность работы в сети Интернет. Безопасная

доставка e-mail сообщений.

Название дисциплины	Основы экономики
Кафедра	Кафедра общей экономической теории и истории экономической мысли
Цель 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Введение в экономику.	Предмет, цели и задачи экономики. Определение предмета экономической теории представителями разных школ. Система экономических отношений: социально-экономические, технико-экономические, организационно-экономические, эколого-экономические. Исследование богатства и поведения человека. Изучение редкости, ограниченности ресурсов. Структура экономической теории. Нано-, микро-, мезо-, макро- и мегаэкономика – составные части экономической науки и различные уровни экономического анализа. Экономические субъекты и их цели. Взаимосвязь экономической теории с другими науками.. Функции экономической теории. Методология экономической науки. Методы познания экономических процессов. Диалектический метод, метод научной абстракции, анализа и синтеза, индукции и дедукции. Сочетание исторического и логического, экономико-математическое моделирование, экономический эксперимент. Познание, конструирование и использование системы экономических законов и категорий как метод экономического анализа. Проблема ограниченности ресурсов и безграничности потребностей. Благо, продукт, услуга. Классификация потребностей. Виды ресурсов. Кривая производственных возможностей. Основные факторы производства: труд, капитал, земля, предпринимательская способность (деятельность). Взаимозаменяемость факторов производства. Понятие экономической системы. Основные типы экономических систем. Экономическая система в условиях полной и неполной занятости. Понятие собственности. Типы и формы собственности. Теория прав собственности. Теорема Коуза. Трансформация форм собственности.
Тема 2 Рынок и механизм его функционирования.	Рынок как экономическая система, его функции и роль в общественном производстве. Формы, структура и инфраструктура рынка. Рыночная экономика и условия ее функционирования. Модели рыночной экономики. Сущность и условия предпринимательской деятельности. Виды и формы предпринимательства. Риск и неопределенность в предпринимательской деятельности. Сущность и виды риска. Методы снижения рисков. Предпринимательский выбор. Классификация фирм. Роль малых, средних и крупных фирм в современной рыночной экономике, формы их взаимодействия. Спрос: понятие, величина, факторы. Предложение: понятие, величина, факторы. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие и его сдвиг. Эластичность спроса и предложения. Рента (излишек) покупателя и продавца. Избыток (рента) покупателя и продавца.
Тема 3 Теория потребительского поведения.	Количественный подход к определению полезности. Порядковый подход к определению полезности: Порядковая измеримость полезности и аксиомы порядкового подхода; Кривые безразличия и их свойства. Предельная норма замены и конфигурация кривой безразличия. Бюджетное ограничение. Уравнение бюджетной линии. Графическая трактовка равновесия потребителя. Внутреннее и угловое оптимальное решение. Реакция потребителя на изменение дохода и цен: Реакция потребителя на изменение дохода. Линия «доход-потребление». Кривые Энгеля. Реакция потребителя на

	изменение цены. Линия «цена-потребление». Эффект замены и эффект дохода.
Тема 4 Производство и предложение благ.	Производственная функция. Производство в коротком и длительном периодах. Эффективность и изменение масштаба производства, отдача от масштаба. Линии роста предприятия в коротком и длительном периодах. Бухгалтерские и экономические затраты, прибыль экономическая и бухгалтерская. Функции затрат в коротком и длительном периодах, постоянные, переменные, предельные и средние затраты. Издержки производства. Общая, средняя и предельная выручка, точка безубыточности, точка закрытия предприятия, излишки производителя, условие максимизации прибыли. Основной и оборотный капитал, амортизация и износ.
Тема 5 Фирма в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.	Конкуренция и ее виды. Свободная или совершенная конкуренция, её достоинства и недостатки. Несовершенная конкуренция. Виды несовершенной конкуренции. Роль государства в поддержании конкурентной среды. Методы государственного воздействия. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции, монополии, монополистической конкуренции, олигополии. Методы регулирования естественной монополии, ущерб от монополизации рынка, налогообложение монополии, ценовая дискриминация и ее виды. Монополистическая конкуренция, равновесие монополистического конкурента в коротком и длительном периодах, неценовая конкуренция. Олигополия предложения, ценовая война, картель, лидерство в ценах (квазимонополия), модель дуополии Курно, модель дуополии Штакельберга, дилемма заключенных.
Тема 6 Ценообразование и доходы на рынках факторов производства.	Особенности спроса и предложения на факторы производства. Спрос и предложение труда. Определение заработной платы. Монополия на рынке труда. Роль профсоюзов на рынке труда. Монополия на рынке труда. Двусторонняя монополия на рынке труда. Капитал как фактор производства. Ставка банковского процента Принцип дисконтирования. Рынок земли. Рента и цена земли.
Тема 7 Название темы Национальная экономика. Макроэкономическая политика. Национальное счетоводство.	Ключевые проблемы макроэкономики. Национальное хозяйство как целостное единство отраслей и секторов экономики. Модели кругооборота доходов и расходов. Основные макроэкономические показатели и их измерение. Совокупный общественный продукт, Национальное богатство. Валовой национальный продукт, валовой внутренний продукт, чистый продукт, национальный доход, личный доход. Промежуточный и конечный продукт. Сущность, этапы развития и функции национального счетоводства. Методология национального счетоводства. Государственная экономическая политика и ее разновидности. Концепции и основные направления государственного регулирования экономики. Правовые, административные и экономические регуляторы. Цели и инструменты макроэкономической политики.
Тема 8 Потребление, сбережение, накопление и инвестиции.	Механизм функционирования рынка товаров и услуг. Макроэкономическое равновесие и мультипликационный эффект. Парадокс бережливости. Совокупный спрос. Совокупное предложение. Краткосрочное и долгосрочное макроэкономическое равновесие. Факторы, определяющие потребление и сбережения. Оптимизация потребительского выбора и межвременное бюджетное ограничение домохозяйств. Кейнсианские и неоклассические функции потребления и сбережений. Противоречия потребления. Теория перманентного дохода. Инвестиционный спрос и определяющие его факторы. Сущность и функции инвестиций. Виды инвестиций. Взаимосвязь инвестиций и национального дохода. Теория мультипликатора.
Тема 9	Сущность циклического развития и его характерные особенности. Фазы

<p>Экономический рост. Цикличность развития экономических систем. Теория экономического развития.</p>	<p>цикла. Основные характеристики экономического цикла деловой активности. Изменение экономических показателей в ходе цикла. Альтернативные теоретические концепции экономического цикла. Модель Самуэльсона - Хикса. Модель реального делового цикла. Большие циклы конъюнктуры Н.Д.Кондратьева. Особенности развития современного экономического цикла. Антикризисные и стабилизационные программы. Сущность, цели и факторы экономического роста. Характерные черты современного экономического роста. Показатели экономического роста. Экстенсивный и интенсивный типы экономического роста. Модели равновесного экономического роста: модели Е. Домара и Р Харрода. Модель Р. Солоу. «Золотое правило» накопления и оптимальная норма сбережений. Условия равновесного экономического роста при техническом прогрессе.</p>
<p>Тема 10 Рынок труда. Занятость и безработица. Инфляция</p>	<p>Рынок труда и его функции. Концепции занятости населения. Безработица и ее виды. Естественный уровень безработицы. Закон Оукена. Функционирование рынка труда в краткосрочном и долгосрочном периодах. Понятие инфляции. Основные виды инфляции. Причины возникновения и факторы развития инфляции. Социально-экономические последствия инфляции. Взаимосвязь между инфляцией и безработицей в краткосрочном и долгосрочном периодах. Кривая Филлипса. Развитие инфляционной спирали при монетарном и фискальном импульсах. Антиинфляционная политика государства. Активная и адаптивная антиинфляционная политика. Отечественный и зарубежный опыт регулирования инфляции и безработицы.</p>
<p>Тема 11 Денежный рынок и кредитно-денежная политика.</p>	<p>Деньги. Функции денег. Символические деньги. Товарные деньги. Фидуциарные деньги. Денежные агрегаты. Ликвидность. Дисконтирование. Предложение денег. Спрос на деньги. Ставка процента. Скорость обращения денег. Предпочтение ликвидности. Количественная теория денег. Нейтральность денег. Коэффициент монетизации. Обязательные резервы. Избыточные резервы. Ставка рефинансирования. Норма депонирования. Денежная база. Система частичного резервирования. Банковский мультипликатор. Денежный мультипликатор. Операции на открытом рынке. Монетарная политика. Инструменты монетарной политики. Механизм денежной трансмиссии. Макроэкономическое равновесие и реальная процентная ставка. Модель IS-LM. Построение кривых IS и LM. Совместное равновесие на рынке благ, денег и ценных бумаг. Эффективный спрос. Инвестиционная и ликвидная ловушки.</p>
<p>Тема 12 Финансовая система. Бюджетно-налоговое регулирование экономики.</p>	<p>Финансовая система, цели и функции. Структура финансовой системы. Государственный бюджет. Прямые/косвенные налоги. Пропорциональный/прогрессивный/регрессивный налог. Дефицит и профицит государственного бюджета. Стимулирующая бюджетно-налоговая политика. Сдерживающая бюджетно-налоговая политика. Дискреционная бюджетно-налоговая политика. Внутренний лаг. Недискреционная (автоматическая) бюджетно-налоговая политика. Встроенные (автоматические) стабилизаторы. Циклический дефицит/профицит государственного бюджета. Структурный дефицит/профицит государственного бюджета. Долговое финансирование бюджетного дефицита. Эмиссионное финансирование бюджетного дефицита. Эффект Оливера — Танзи. Кривая Лаффера. Государственный долг.</p>
<p>Тема 13 Совокупные доходы населения и социальная политика государства.</p>	<p>Доходы населения, их виды и источники формирования. Номинальный и реальный доходы. Проблема справедливого распределения в рыночной экономике. Личные и располагаемые доходы. Проблема измерения неравенства в распределении доходов: кривая Лоренца и коэффициент Джини. Государственная политика перераспределения доходов. Дилемма эффективности и справедливости.</p>

Название дисциплины	Право
Кафедра	Кафедра теории и истории государства и права
Цель освоения дисциплины	Приобретение обучающимися знаний в области права для формирования уважения к закону, повышения уровня правосознания и правовой культуры.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Государственно-правовое устройство Российской Федерации.	Происхождение государства и права. Понятие государства, его признаки и функции. Форма государства. Механизм государства. Правовое государство. Понятие, признаки и функции права. Правотворчество. Система права. Правоотношение. Реализация права. Правовое и противоправное поведение. Юридическая ответственность. Правосознание и правовая культура.
Тема 2 Основы конституционного строя и правовой статус личности в Российской Федерации	Основы конституционного строя России. Конституционно-правовой статус человека и гражданина РФ. Система органов государственной власти в Российской Федерации.
Тема 3 Отрасли частного права	Гражданское право, как отрасль права. Единство гражданско-правового регулирования личных и предпринимательских отношений. Структура гражданского правоотношения: субъекты, объекты, содержание. Вещные права. Обязательства. Соотношение понятий сделка, договор, обязательство. Сделки: понятие, формы, виды, последствия недействительности. Гражданско-правовой договор: понятие, условия заключения, изменения и расторжения. Понятие сроков в гражданском праве. Исковая давность. Гражданско-правовая ответственность. Способы защиты гражданских прав. Наследственное право. Семейное право. Понятие брака. Порядок заключения и расторжения брака. Обстоятельства, препятствующие заключению брака. Признание брака недействительным. Личные и имущественные права и обязанности супругов. Трудовое право. Трудовые правоотношения. Трудовой договор. Рабочее время и время отдыха. Дисциплинарная и материальная ответственность сторон трудового договора. Защита трудовых прав работников.
Тема 4 Отрасли публичного права	Уголовное законодательство. Состав преступления. Уголовная ответственность. Понятие и виды уголовных наказаний. Обстоятельства, исключающие преступность деяния. Освобождение от уголовной ответственности и наказания. Предмет и источники административного права. Административные правоотношения. Административное правонарушение. Административная ответственность. Правовые основы противодействия коррупции. Финансовое право: понятие и система. Правоотношения в сфере информационного права: виды, субъекты, ответственность за нарушения. Понятие и виды тайны. Международное право: понятие и принципы. Ответственность государств в международном праве.

Название дисциплины	Правовое и этическое регулирование массмедиа
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения	знакомство студентов с основами российского законодательства, применяемого для регулирования медиа, юридическими документами и

дисциплины	проблемами применения, а также системой саморегулирования в медиасреде; с основами и практикой правоприменения в сфере медиа; формирование целостного представления о процессах правового регулирования и систем саморегулирования медиадеятельности; формирование навыков правовой культуры.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Источники законодательства о СМИ	Понятие массово-информационного права. Свобода мысли, слова и печати как неотъемлемое право человека. Источники права СМИ: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция РФ как основополагающий юридический акт прямого действия. Соответствие норм статьи 29 российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека (1948 г.), Международного пакта о гражданских и политических правах (1966 г.), Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод (1953 г.). Основные элементы свободы массовой информации. Разграничение полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти. Законотворчество о СМИ в субъектах Российской Федерации. Судебная система РФ. Роль Верховного и Конституционного судов в правовом регулировании деятельности СМИ. История принятия Закона РФ “О средствах массовой информации” (1991г.). Создание правовой базы российской прессы, регистрация СМИ. Конституционное и законодательное закрепление свободы массовой информации в зарубежных странах.
Тема 2 Организация деятельности редакции	Закон РФ “О средствах массовой информации” (1991 г.). Основные понятия, используемые в законе. Внутриредакционные права журналистов. Понятие учредителя. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности. Договор между учредителем и редакцией. Редакционный устав, содержание и процедура его принятия. Устав юридического лица. Сохранение в тайне журналистских источников. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах. Порядок прекращения деятельности СМИ за злоупотребления свободой массовой информации.
Тема 3 Государственная политика в области СМИ	Система государственной поддержки СМИ в 1996-2004 годах и на современном этапе. Законодательство о порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации. Обязанность органов государственной власти и должностных лиц реагировать на критику в СМИ. Информационная безопасность. Ограничения с целью противодействия терроризму и экстремизму. Международный запрет подстрекательства к геноциду. Прозрачность отношений собственности. Ограничения права собственности на СМИ, в том числе иностранцев. Судебная палата по информационным спорам при Президенте Российской Федерации (1994-2000гг.)
Тема 4 Свобода информации	Право на информацию. Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы. Специфика прав и обязанностей журналистов перед обществом. Права и обязанности журналиста в сфере информации. Запрос на получение информации. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования. Виды ответственности за непредоставление информации. Порядок аккредитации и лишения аккредитации в государственных органах, организациях и учреждениях. Гласность судопроизводства, исключения из этого принципа. Государственная тайна. Порядок отнесения сведений к государственной тайне. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация. Ответственность журналистов и редакций за распространение секретной информации.
Тема 5 Лицензирована	Регулирование и контроль телерадиовещания. Виды вещателей. Лицензирование, ограниченный ресурс и новые технологии. Принципы

<p>ние и регулирование телерадиовещания</p>	<p>лицензирования. Порядок лицензирования вещателей в России. Содержание, срок действия лицензии. Лицензирующий орган. Конкурсный порядок выдачи лицензий на эфирное телерадиовещание. Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию, её статус и функции.</p>
<p>Тема 6 Деятельность СМИ в предвыборный период</p>	<p>Свободные выборы и свободные СМИ. Роль СМИ в исходе предвыборных кампаний. Российское избирательное право и СМИ. Принцип равных права доступа к СМИ кандидатов на выборные посты. Основные положения Федерального закона “Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации”. Понятие и виды предвыборной агитации. Содержание агитации. Предвыборная агитация и информирование. Общие условия проведения агитации через СМИ. Порядок предоставления бесплатного и платного времени в программах электронных СМИ. Сроки проведения агитации. Гласность в деятельности избирательных комиссий. Опубликование итогов голосования. Ответственность СМИ и журналистов. Роль федеральных законов о референдуме, о выборах депутатов Государственной Думы и Президента РФ в определении порядка ведения предвыборных кампаний в СМИ. Порядок использования данных социологических опросов. Организация контроля за соблюдением избирательного законодательства. Роль Центризбиркома, судов. Ответственность СМИ и журналистов за нарушение права на проведение агитации. Регулирование политической рекламы.</p>
<p>Тема 7 Интеллектуальная собственность</p>	<p>Отличия физической собственности от интеллектуальной собственности. Происхождение авторского права. Четвёртая часть Гражданского кодекса РФ (2007) о защите интеллектуальной собственности. Авторское право. Оригинальность произведения; содержание и форма. Неимущественные права и исключительное право авторов. Право на вознаграждение. Содержание лицензионного договора: способы использования произведения; срок и территория, на которую передаются права; размер или порядок определения размера авторского вознаграждения; порядок и сроки его выплаты. Договор об отчуждении исключительного права на произведение. Специфика авторских правоотношений в СМИ. Авторское право на интервью. Авторское право на новостное сообщение. Служебные произведения: права работодателя на их использование. Регистрация, срок охраны авторского права. Использование прав. Авторские общества. Ответственность за незаконное использование объектов авторского права или смежных прав. Контрафактные экземпляры. Преследование “пиратства” и плагиата. Смежные права. Произведения, не охраняемые авторским правом. Допустимость свободного использования произведений без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения: в личных целях, в информационных, критических, полемических, в учебных, научных и других целях. Международные конвенции о защите авторских прав.</p>
<p>Тема 8 Регулирование рекламы</p>	<p>Реклама и свобода массовой информации. Общие положения Закона «О рекламе» 2006 года. Правовое регулирование рекламы. Специфика социальной рекламы. Спонсорская реклама. Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы. Скрытая реклама. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов, медицинских и др. товаров и услуг. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Функции федерального антимонопольного органа в области контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе. Саморегулирование рекламной деятельности. Права потребителей. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений. Контрреклама. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы.</p>

	Рекламные издания и телеканалы. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама». Практика применения законодательства о рекламе.
Тема 9 Ограничения на распространение в СМИ порнографии и жестокости	Нормы действующего федерального законодательства. Эротические СМИ. Классификация фильмов и программ. Законодательство субъектов РФ о защите общественной нравственности. Порядок формирования и деятельности местных комиссий по оценке эротического характера распространяемых в СМИ материалов. Основные положения проекта Федерального закона «О государственной защите нравственности и здоровья граждан и об усилении контроля за оборотом продукции сексуального характера».
Тема 10 Интернет и его правовое регулирование	Проблемы правового регулирования в условиях конвергенции – слияния возможностей вещания, телекоммуникаций и информационно-компьютерной технологии. Интернет и СМИ. Государственный контроль и Интернет. Правовые проблемы Интернета. Нарушения при распространении информации в компьютерных сетях. Вопросы национальной безопасности и шифрование. Правовое регулирования содержания на новых носителях в условиях «трансграничного» характера сетей: порнография, диффамация, экстремистские материалы и т.п. Проблемы авторского права, связанные с размещением произведений на веб-страницах. Юрисдикция национальных судов, юридический статус и ответственность провайдеров Интернет-услуг. Обеспечение доказательств. «Принудительное саморегулирование». Международное сотрудничество. Конвенция о борьбе с киберпреступлениями (преступлениями в киберпространстве) 2001 года.
Тема 11 Защита чести, достоинства и деловой репутации	Защита от посягательств на честь, достоинство и репутацию. Гражданский кодекс РФ (ст. 152) и Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» от 24 февраля 2005 года. Распространение порочащих человека сведений. Опровержение и ответ, порядок их распространения. Компенсация морального вреда. Специфика рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства, предъявляемых к средствам массовой информации. Защита деловой репутации. Трактовка понятий «факт и оценка (комментарий)», «сведения и мнение», «ненормативная лексика» и других. Достоверность карикатур. Честь и достоинство политиков. Презумпция невиновности и журналистская практика. Уголовно-правовой порядок защиты чести и достоинства. Клевета и оскорбление. Оскорбление представителя власти. Освобождение от ответственности. Судебная практика.
Тема 12 Неприкосновенность частной жизни	Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные. Право на изображение. Согласие на распространение сведений. Обстоятельства, позволяющие журналистам использовать скрытую запись согласно российскому закону о СМИ. Защита общественных интересов
Тема 13 Мораль и общество	Мораль как социальный институт, система моральных норм, санкций, оценок, предписаний, образцов поведения. Социальная деятельность и социальное общение как предмет морали. Главные задачи морали в обществе: обеспечение существования данной социальной системы, регулирование взаимодействия групп и индивидов в обществе. Обеспечение должных, с позиций данного общества, норм поведения и деятельности в обществе; поддержание в обществе устойчивой системы оценок и санкций для разных видов деятельности. Мораль в социально-историческом контексте. Различные (религиозные, этнические, групповые и др.) аспекты функционирования морали в обществе. Специфика изменений – «революций» - в морали.
Тема 14 Проблемы	Проблемы становления профессиональной этики. Индивидуальная, групповая, общественная мораль. Их взаимосвязь, противоречия в процессе

становления профессиональной этики.	<p>функционирования в обществе. Групповая мораль и этика. Цели и содержание групповой морали. Социально-историческое содержание групповой морали: кодекс чести дворянина, мещанская мораль, профессиональная этика различных профессиональных групп. Социально-профессиональные группы как предмет морально-этических отношений. Причины, побуждающие общество к специальному, усиленному этическому регулированию профессиональных групп.</p>
Тема 15 Журналистика и мораль	<p>Социальные и профессиональные особенности журналистики как особого рода деятельности и как специфической формы информационного общения. Особая социальная значимость журналистики как деятельности и как общественного института. Профессиональная этика как важный регулятор в процессе функционирования журналистики, обеспечивающий соответствие практики журналистики её социальным и профессиональным целям и задачам. Исходные составляющие профессиональной этики журналистики: общественные требования к данному социальному институту, требования, вытекающие из внутренних функционально-сущностных свойств журналистики, правила, установившиеся в ходе журналистской практики</p>
Тема 16 Профессиональная журналистская этика и предмет её регулирования	<p>Профессиональная журналистская этика и предмет её регулирования. Предмет регулирования и его важнейшие элементы. Социальное понимание роли и задач журналистики. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как к его создателю. Особый аспект в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутривидовых отношений. Условия осуществления профессионально-этических норм в журналистике. Независимость и социальная ответственность журналистики как социального института – главное условие нравственно-этического самоопределения журналиста. Правовая фиксация отношений государства и журналистики, собственников СМИ и журналистов, всех субъектов информационной деятельности – необходимое условие свободной и ответственной работы журналиста. Экономический, социальный и полемический плюрализм общества как условие выражения журналистикой объективной информационной картины.</p>
Тема 17 Условия осуществления профессионально-этических норм в журналистике	<p>Проблемы профессиональной этики журналиста в России. Регуляция журналистики на идеологической основе. «Варваризация» отношений в журналистике, трудности гражданского самоопределения, неопределённость принципов ценностно-нормативной системы. Информационный успех как критерий профессионального поведения. Манипуляционная журналистика. Меркантильная журналистика. Потенциальные возможности творческой реализации журналиста в рамках гуманистической журналистики. Основные нормы и правила профессионально-этического поведения журналиста. Этические нормы и правила как основа информационного поведения журналиста. Требования, предъявляемые к журналисту, работающему на этапе исследования действительности: соблюдение познавательных правил исследования, обеспечивающих объективность воспроизведения и понимания происходящего; плюрализм исследования; непредвзятость позиции самого журналиста в процессе исследования действительности. Особые требования, предъявляемые к журналисту-репортёру, интервьюеру, исследователю: этапы общения, психологические барьеры общения, стили общения, психотехнологии в журналистском общении, поведенческие стратегии. Требования, предъявляемые к журналисту в процессе создания текста: учёт всех значимых событий, мнений, оценок, полученных при изучении фактов действительности; нейтральность собственно журналистского текста при описании фактов, изложении разных точек зрения на проблему; стилистическая нейтральность оценочных суждений журналиста,</p>

	доказательность мнений и оценок самого журналиста; правдивость творчества, воплощённая в тексте.
Тема 18 Проблемы современного гуманитарного права	Тенденции развития систем саморегулирования и элементов правового регулирования, проблемы современного гуманитарного права.

Название дисциплины	Применение информационных систем 1С: ERP Управление предприятием
Кафедра	Кафедра вычислительных систем и программирования
Цель освоения дисциплины	Изучение архитектуры, принципов построения и функциональных возможностей корпоративных информационных систем; освоение информационных технологий КИС, получение опыта при работе с программными продуктами КИС
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Назначение комплексной информационной системы управления на базе "1С:ERP Управление предприятием"	Основное назначение ERP «1С» - планирования ресурсов предприятия, сбор информации о ключевых показателях деятельности, необходимой для оперативного контроля и принятия управленческих решений.
Тема 2 Функциональные возможности комплексной информационной системы управления на базе "1С:ERP Управление предприятием"	Возможности и архитектура информационной системы управления 21С:ERP Управление предприятием"

Название дисциплины	Проект: Разработка и реализация коммуникационного проекта
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	развитие проектного мышления студентов, формирование профессиональной компетентности и практических навыков в области разработки, планирования, организации и сопровождения коммуникационного проекта
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	

<p>Тема 1 Понятие проекта и проектного подхода</p>	<p>Понятие проекта и проектного подхода. Отличие проекта от процессной деятельности. Основные параметры рекламной и PR-кампаний. Роль и место рекламных и PR-кампаний в коммуникационной политике организации. Специфика проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. Типология проектов в рекламе и связях с общественностью. Модели рекламной и PR-кампании: AIDA, ACCA, DAGMAR, RACE, ROPE и др. Фазы проекта и жизненный цикл коммуникационного проекта. Окружение проекта. Стейкхолдеры проекта: определение заинтересованных сторон по проекту. Проектный треугольник: ограничение проекта (качество, сроки, стоимость, содержание). Гибкие технологии управления проектами. Ключевые документы: PR-бриф, Устав проект, Паспорт проекта, Коммуникационная программа</p>
<p>Тема 2 Команда проекта</p>	<p>Организационные структуры проекта. Понятие команды. Типы группового взаимодействия. Этапы командообразования и способы развития работы с командой. Типы ролевых моделей в командном взаимодействии. Лидер команды. Качества эффективных руководителей проектов. Технологии групповой коммуникации и управление конфликтами в команде проекта. Методы персональной и командной рефлексии. Эффективное совещание по проекту.</p>
<p>Тема 3 Генерация идей</p>	<p>Технологии генерации идей: дивергентное и конвергентное мышление. Виды и правила мозгового штурма. Методы синектики. Морфологический ящик. Метод шести шляп. Метод фокальных объектов. Список контрольных вопросов Алекса Осборна. ТРИЗ – научный метод поиска творческих идей.</p>
<p>Тема 4 Исследовательский этап коммуникационного проекта</p>	<p>Исследование проблемы и проблемной ситуации. Составление коммуникационного брифа – технического задания для проекта. Формулировка цели проекта. Построение дерева задач. Определение целей и целевых показателей проекта в SMART-формате. Выбор и обоснование проекта. Понятие и виды целевых аудиторий в рекламе и PR. Основные методы исследования в проектной деятельности: анализ документов, контент-анализ, интервью, фокус-группы, анкетный опрос, экспертный опрос, наблюдение, эксперимент. Ситуационный анализ и другие маркетинговые методы исследования. Специальные социально-психологические методики исследования.</p>
<p>Тема 5 Этап планирования коммуникационного проекта</p>	<p>Утверждение цели и задач проекта, формирование стратегии и тактики коммуникационной кампании. Медиапланирование в рекламных и PR-проектах. Определение эффективных коммуникационных рекламных (ATL и BTL) и PR-инструментов. Формулирование общей концепции кампании. Генерация креативов и основных месседжей кампании. Календарно-сетевое планирование проекта. Определение реперных точек проекта и матрицы функциональной ответственности. Составление бюджета. Определение критериев оценки эффективности кампании.</p>
<p>Тема 6 Этап реализации коммуникационного проекта</p>	<p>Оформление проекта. Защита проекта. Креативная концепция коммуникационных проектов. Методы реализации коммуникационного проекта. Виды специальных мероприятий. Требования к организации специальных мероприятий: выбор времени, формата, площадок. Работа со спикерами. Профилактика и преодоление рисков. Мероприятия для СМИ. Продвижение проекта. Особенности проведения коммуникационных кампаний в Интернет. Анализ опыта успешных коммуникационных кампаний. Анализ коммуникативных неудач в реализации рекламных и PR-кампаний.</p>
<p>Тема 7 Закрытие и оценка эффективности проекта</p>	<p>Подходы к оценке эффективности коммуникационных кампаний. Ключевые показатели эффективности в PR-деятельности. Оценка эффективности рекламы. Структура отчета реализации проекта. Пресс-клиппинг. Оценка перспектив дальнейшей деятельности по проекту.</p>

Тема 8 PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсоринг и фандрайзинг	Спонсоринг: понятие, виды деятельности, субъекты, правила взаимодействия. Взаимоотношения со спонсором. Спонсорский пакет. Фандрайзинг: способы поиска и привлечения средств для реализации коммуникационного проекта. Мотивы выделения средств. Источники финансирования: целевые мероприятия по привлечению средств, гранты, фонды, министерства, краудфандинговые платформы. Волонтерство и сообщества как способы привлечения средств.
--	--

Название дисциплины	Проектное моделирование
Кафедра	Кафедра экономики и управления в сфере услуг
Цель освоения дисциплины	Ознакомление бакалавров с современной теорией и практикой проектного моделирования экономических процессов, формирование навыков разработки инновационных проектов и оценки рисков при их реализации, формирования навыков оценки конкурентоспособности проектируемых объектов, исследование современных экономико-математических моделей, применяемых для прогнозирования развития цифровых социально-экономических систем, получение практического опыта проектного моделирования при принятии управленческих решений, получение практического опыта применения методов стратегического планирования при разработке проектов инфраструктурного обеспечения деятельности организаций.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Сущность проектного моделирования и его использование в экономике	Сущность и основные характеристики проектного моделирования. Цели и задачи проектного моделирования. Основные направления проектного моделирования. Нормативно-правовое обеспечение проектного моделирования. Проектирование как эффективная форма реализации социально-экономической деятельности. Проектный менеджмент и его связь с процессом социально-экономического моделирования. Проектирование экономического пространства. Территориальный аспект и уровни проектного моделирования.
Тема 2 Инновационный проект как объект управления	Инновационная деятельность в проектной моделировании. Организационные инновации в социально-экономических проектах (кадровые, управленческие, реорганизационные, технические, технологические, экономико-внедренческие). Категории, типы, классы инноваций в социально-экономических проектах. Маркетинговые инновации в социально-экономических проектах. Инновации в строительстве социально-экономических объектов, инфраструктуры, применении новых стройматериалов и т.д. Авторские и адаптированные инновационные социально-экономические проекты. Инновационные циклы в социально-экономических проектах.
Тема 3 Управление проектным моделированием	Понятие об организации управления социально-экономическим проектом, принципиальная схема организации моделирования социально-экономического проекта. Функции управления социально-экономическим проектом и их содержание. Виды управленческих действий, составляющие каждую функцию. Оценка ключевых экономико-математических моделей социально-экономического проектирования
Тема 4 Инфраструктурное обеспечение разработки и реализации	Сущность и направления инфраструктурного обеспечения разработки и реализации проектов. Роль человеческого капитала в проектной моделировании. Формирование и развитие команды социально-экономическим проектом: алгоритм моделирования процесса управления командой проекта, состав команды, определение функциональных обязанностей команды, управление развитием и деятельностью, планирование

проектов в экономике	и организация работы, контроль и координация деятельности, оценка деятельности команды социально-экономического проекта.
-----------------------------	--

Название дисциплины	Проектный менеджмент
Кафедра	Кафедра проектного менеджмента и управления качеством
Цель освоения дисциплины	Овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками управления проектами на всех этапах жизненного цикла.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие и характеристики проекта. Проектная организация.	Проект как объект управления: определение проекта, жизненный цикл проекта, классификация проектов. Подходы к организации деятельности: функциональный, процессный, проектный. Определение проектного менеджмента. Проектная организация. Трансформация традиционной организации в проектную.
Тема 2 Работа проектной организации.	Структуры управления в проектном менеджменте. Портфели и программы проектов. Организация и функционирование проектного офиса (РМО): типы проектных офисов, функции проектного офиса, состав проектного офиса, эффективность проектного офиса.-
Тема 3 Современные научные и практико-ориентированные подходы к проектному менеджменту.	Деятельность профессиональных ассоциаций. Стандартизация проектного менеджмента. Водопадная модель управления проектами. Гибкие подходы в управлении проектами.
Тема 4 Практический инструментальный управления проектами. Инициация проекта.	Концепция проекта. Устав проекта. Подходы к анализу заинтересованных лиц проекта.
Тема 5 Практический инструментальный управления проектами. Планирование проекта.	Формирование цели проекта. Планирование работ в проекте: иерархическая структура работ, метод PERT, метод СРМ.
Тема 6 Практический инструментальный	Набор команды проекта. Развитие команды проекта. Мотивация проектной команды. Методы оценки эффективности проектной команды. Установление коммуникаций в проекте.

управления проектами. Исполнение проекта.	
Тема 7 Практически й инструмент арий управления проектами. Анализ и контроль проекта.	Мониторинг проекта. Проведение промежуточных оценок проекта. Экспертиза проекта. Аудит проекта. Тестирование. Система контроля. Контроль финансовых затрат. Освоенный объем.
Тема 8 Практически й инструмент арий управления проектами. Завершение проекта.	Закрытие проекта или фазы. Закрытие контрактов. Создание архива проекта.
Тема 9 Цифровой менеджмент в проектах.	Содержательный аспект цифровой трансформации проектных организаций и цифрового менеджмента. Цифровая инфраструктура проектной деятельности. Модель управления проектами в условиях цифровой трансформации бизнеса.

Название дисциплины	Психология
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Формирование целостного представления о психологических особенностях личности человека, закономерностях её функционирования и развития, самостоятельного мышления и адекватного оценивания своих возможностей при достижении поставленных целей и преодоления жизненных трудностей.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Особенности психологии как науки и ее роль в формировании способности к саморазвитию личности.	Особенности психологии как науки и ее роль в формировании способности к саморазвитию личности. Объект и предмет психологии как науки, основные принципы и методы психологии. Структура современной психологии. Этапы и особенности развития психологической науки. Подходы к исследованию психологии личности в психоанализе, бихевиоризме, когнитивной и гуманистической психологии. Место психологии в системе научного познания. Понятие метода научного исследования в психологии. Классификация методов исследования в психологии. Естественный и лабораторный эксперимент в практике психологического исследования. Метод наблюдения, его преимущества и ограничения. Психодиагностическое тестирование и его виды. Социометрический метод.
Тема 2 Сознание как высший уровень саморегуляции личности.	Понятие психики человека, ее свойства и функции. Сознание как форма отражения человеком действительности. Психологическая характеристика сознания человека. Самосознание, самооценка, самопринятие. Значение и смысл как составляющие сознания. Сознание и бессознательное. Понятие бессознательного. Проявления бессознательного начала в психических процессах, свойствах и состояниях человека. Бессознательное в личности

	человека. Виды бессознательных психических явлений. Соотношение между сознательной и бессознательной регуляцией поведения человека.
Тема 3 Психология личности и развитие личностного потенциала.	Проблема личности в психологии. Индивид, личность, индивидуальность. Индивидуальные свойства личности. Самосознание личности и формирование Я-концепции. Составляющие Я-концепции: когнитивная составляющая (образ «Я»), оценочная составляющая, поведенческая составляющая. Механизмы психологической защиты «Я». Индивидуальность и ее проявления. Кризисы в развитии личности. Личностный рост: понятие, проблемы. Общие и специальные способности личности. Задатки и способности. Развитие способностей личности.
Тема 4 Основные подходы к типологии личности.	Типологический подход к изучению личности. Гуморальная, конституциональная и физиологическая теории темперамента. Характеристики четырех типов темперамента. Типология К.Г. Юнга. Научное понятие об интроверсии и экстраверсии. Типы личности по ведущему каналу восприятия информации (визуальный, аудиальный, кинестетический). Понятие характера. Понятия акцентуированного и патологического характера. Типы акцентуаций характера (по К. Леонгарду). Характер и отношения личности. Роль самовоспитания в формировании характера. Преимущества и ограничения типологии личности.
Тема 5 Познавательная сфера личности: приёмы развития познавательных процессов.	Ощущение и восприятие. Ощущения и их анатомо-физиологические механизмы. Виды и свойства ощущений. Свойства и виды восприятия. Феномены и закономерности восприятия, иллюзии восприятия. Виды и свойства внимания. Основные мнемические процессы и виды памяти. Законы памяти. Приемы развития памяти. Мышление и речь. Виды и формы мышления. Основные мыслительные операции (анализ, синтез, сравнение, абстрагирование, обобщение, конкретизация). Основные логические формы мышления. Речемыслительная деятельность. Воображение, его функции и виды. Интеллект и творчество. Основы развития творческого мышления.
Тема 6 Эмоции и чувства личности. Саморегуляция эмоциональной сферы.	Понятие эмоций и чувств. Физиологические механизмы эмоций. Субъективные переживания и экспрессивное поведение. Функции и виды эмоций. Качественные характеристики эмоций. Классификация эмоций. Теории эмоций. Теории Джеймса-Ланге, Кеннона-Барда, С. Шехтера. Информационная теория эмоций П.В. Симонова. Понятие стресса, его стадии (Г. Селье). Управление стрессом. Приемы саморегуляции эмоциональной сферы. Тайм-менеджмент: понятие, принципы, приемы. Эмоциональный интеллект личности и его развитие.
Тема 7 Мотивационно-волевая сфера и ее роль в развитии личности.	Мотивационная сфера личности. Потребности, мотивы, мотивация. Понятие потребностей. Иерархия потребностей (А. Маслоу). Понятие мотива и мотивации. Виды мотивов. Основные концепции мотивации. Психологический анализ мотивации поведения человека с позиции психоаналитической, бихевиористической и гуманистической концепций. Направленность как ядро личности. Связь направленности личности с мотивационной сферой. Ценностные ориентации и направленность личности. Направленность на взаимодействие. Деловая направленность. Личная направленность. Понятие воли, ее функции, структура волевого акта. Личностные волевые качества. Первичные и вторичные волевые качества. Безволие и его преодоление. Формирование мотивационно-волевой сферы личности как условие ее саморазвития.
Тема 8 Психология общения и его роль в развитии личности.	Общение как условие формирования личности. Виды и функции общения. Структура общения. Общение как обмен информацией. Вербальная коммуникация. Психологические барьеры общения и способы их преодоления. Невербальная коммуникация. Общение как межличностное восприятие. Эффекты социальной перцепции. Общение как взаимодействие. Социально-психологические механизмы познания партнера по общению.

	Основы коммуникативной компетентности. Формирование умений и навыков эффективного общения.
Тема 9 Психология малых групп. Развитие лидерского потенциала личности.	Понятие и виды малых групп. Классификация малых групп. Численность малых групп. Групповая динамика. Структура малой группы. Групповая сплоченность. Критерии сплоченности группы. Ценностно-ориентационное единство. Исследования групповой сплоченности. Лидерство. Стили лидерства. Развитие лидерского потенциала личности. Принятие решений в управленческой деятельности. Психологические основы организации работы в команде.

Название дисциплины	Психология массовой коммуникации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	ознакомление с базовыми теоретическими и практическими сведениями по психологии массовой коммуникации
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации	Психология массовой коммуникации как раздел социальной психологии. Социально-психологические закономерности массовой коммуникации. Модели массовой коммуникации.
Тема 2 Закономерности общения и взаимодействия	Понятие социальной перцепции. Механизмы взаимопонимания в процессе общения. Межличностная аттракция
Тема 3 Личность в системе массовых коммуникаций	Личность как объект социально-психологических исследований. Структура самосознания личности. Я-концепция. Коммуникативные аспекты Я-концепции.
Тема 4 Психологические закономерности аудитории СМК	Исследования аудитории СМК. Поведенческие и диспозиционные закономерности медиааудитории. Психологические эффекты МК.
Тема 5 Психология процесса коммуникации	Понятие психических процессов. Восприятие и запоминание в процессе коммуникации. Интерес как фактор коммуникации.
Тема 6 Массовая коммуникация как	Понятие социальной установки. Теория когнитивного баланса. Теория когнитивного диссонанса. Понятия «мотив» и «потребность». Потребностно-информационная концепция

средство формирования социально значимых потребностей	
Тема 7 СМК и массовое общество	Понятие массовой коммуникации. Структура и функции массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.-
Тема 8 Психология массового поведения	Стихийное массовое поведение: понятие, социальный феномен и предмет исследования. Психология толпы.
Тема 9 Психология социального влияния	Информационное и нормативное влияние. Понятие конформизма. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм- Сопротивление влиянию и Я–концепция. Влияние аудитории на восприятие.
Тема 10 Социально-психологические исследования массовой коммуникации	Определение и категории медиапсихологии. Медиаобразование. Уровни социально-психологических исследований массовой коммуникации. Медиакомпетентность.

Название дисциплины	Реклама и связи с общественностью в отрасли
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Усвоить основные цели, задачи, особенности и инструменты рекламы и связей с общественностью в отрасли
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие «реклама и связи с общественностью в отрасли».	Понятие «отраслевые коммуникации», «реклама и связи с общественностью в отрасли»: неоднозначность трактовки. Обзор литературы по курсу. На примере PR и рекламы в сфере финансов: основные понятия. Содержание и функции финансов. Банковский бизнес. Страховой бизнес. Специфика финансовой услуги.
Тема 2 Субъекты и объекты рекламы и PR в отрасли: принципы выделения.	Субъектно-объектная структура отраслевых коммуникаций. Базисные и технологические субъекты. Приоритетные группы общественности и целевые аудитории. СМИ как рилейная аудитория, отраслевые СМИ и медиарилейшнз в отрасли.
Тема 3 Государственное и негосударственное регулирование	Отраслевое законодательство (на примере финансовых коммуникаций). Негосударственное регулирование (саморегуляция субъектов отраслевых коммуникаций). История профессиональных этических кодексов. Структура отраслевого кодекса деловой этики / этического кодекса. Роль коммуникационной структуры организации в саморегуляции

ие в отрасли. Кодексы этические в отрасли.	
Тема 4 Информацио нная политика и стратегия отраслевой структуры.	Информационная политика и стратегия структуры отраслевых коммуникаций. Формулировка стратегии, политики, корпоративной философии, миссии, ценностей, видения и кредо отраслевой структуры.
Тема 5 Корпоративн ая идентичност ь отраслевой структуры.	Компоненты корпоративной идентичности отраслевой структуры: нейм, логотипика, другие компоненты фирменного стиля.
Тема 6 Результаты PR- деятельности в отрасли. История и легенда предприятия отрасли в формирован ии паблисити и имиджа.	Имидж и репутация учреждения отрасли: компоненты и формирование. Сторителлинг и визуальные инструменты формирования легенды компании как конструкторы формирования ее паблисити, имиджа, репутации.
Тема 7 Брендинг и ребрендинг предприятия отрасли.	Компоненты ребрендинга. Изменение корпоративных ценностей как базиса ребрендинга. Примеры успешных ребрендинговых компаний финансовой, телекоммуникационной отрасли.
Тема 8 Инструмент ы рекламы PR в отрасли	Специфические и традиционные инструменты PR в отрасли: собрание акционеров и формы отчетности. Ивенты как инструмент. Социальная политика учреждения. ESG. Спонсорство и меценатство. От социального отчета к отчету об устойчивом развитии. Корпоративный сайт. Банковская полиграфия. Корпоративные издания

Название дисциплины	Ситуационный анализ в связях с общественностью
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Теоретические и практические основы построения системы проведения ситуационного анализа в компании.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятия и сущность маркетингов ых	Определение маркетинговых исследований. История развития мировой и российской практики маркетинговых исследований. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Способы реализации маркетинговых исследований.

исследования	
Тема 2 Постановка исследовательско-аналитической функции на предприятии	Маркетинговая информационная система. Назначение исследовательско-аналитической функции. Задачи, решаемые постановкой исследовательско-аналитической функции в компании. Система маркетинговых исследований как основное направление исследовательско-аналитической функции. Ошибки в организации исследовательско-аналитической функции. Организация исследовательско-аналитической функции. Участие маркетолога-исследователя в сборе и обработке маркетинговой информации.
Тема 3 Постановка исследовательско-аналитической функции на предприятии	Классификация маркетинговых исследований. Этапы планирования и проведения маркетинговых исследований. Этапы сотрудничества с внешними исследовательскими компаниями для проведения маркетингового исследования. Методы обеспечения защиты от несанкционированного доступа к результатам маркетинговых исследований. Этические аспекты исследований по кодексу ESOMAR
Тема 4 Исследования внешней среды маркетинга	Среда как объект маркетинговых исследований. Основные методы исследований макро- и микросреды маркетинга. Основные методы исследования конкурентной среды.
Тема 5 Кабинетные исследования	Внутрифирменная и вторичная информация. Источники вторичной информации
Тема 6 Полевые исследования	Внутрифирменная и вторичная информация. Источники вторичной информации
Тема 7 Обработка и анализ результатов исследований	Особенности проведения полевых исследований. Наблюдения за потребителями. Методы опросов. Панельные исследования. Экспертиза в маркетинговых исследованиях. Экспериментальные исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом айтрекинга. Интернет-исследования. Мобильные исследования. Классификация ошибок при проведении полевых исследований.
Тема 8 Ситуационный анализ: этапы формирования метода, понятийный аппарат	Смысловое многообразие понятия «ситуация». Целесообразность применения метода ситуационного анализа. Типы ситуаций.
Тема 9 Цели проведения ситуационного анализа и использование полученных результатов	Роль и место ситуационного анализа в процессе деятельности по связям с общественностью. Структура ситуационного анализа как метода стратегического планирования деятельности по связям с общественностью. Этические аспекты ситуационного анализа.

на разных этапах PR-деятельности	
Тема 10 Общий алгоритм технологии ситуационного анализа	Этапы и стадии технологии ситуационного анализа. Применение ситуационного анализа на примерах проактивной и реактивной PR-деятельности.
Тема 11 Методология получения информации основа ситуационного анализа	Виды исследований. Методы сбора и источники информации. Инструменты анализа и обработки результатов исследования.
Тема 12 Ситуационный анализ как метод обучения	Специфика ситуационного анализа как метода обучения. Место ситуационного анализа в подготовке PR-специалиста. Классификация и характеристика ситуационных задач (кейсов). Методика работы с ситуационными задачами.

Название дисциплины	Современная пресс-служба
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Ознакомление обучающихся с основами планирования работы пресс-службы, подготовки и проведения пресс-конференций, брифингов и других мероприятий, с современной системой пресс-релизшнз, спецификой и особенностями функционирования.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Медиарелейшнз как технология PR. Понятие пресс-службы. Цели, задачи, функции пресс-службы	Медиарелейшнз как парадигма связей с общественностью. Пресс-служба как автономное информационно-коммуникационная структура организации. Цели: формирование эффективных долговременных взаимодействия со структурами СМИ. Задачи: коммуникационная, информационная, организационная, аналитическая.
Тема 2 Структура пресс-службы, должностные обязанности сотрудников	статус пресс-службы в организации; состав пресс-службы и ее функционал, должностные инструкции; функции пресс-секретаря; информационная и ивент-деятельность пресс-службы; медиакарта, медиалист; методы оценки эффективности пресс-службы.
Тема 3 Особенности функционирования пресс-	основные правила работы современной пресс-службы; особенности функционирования пресс-службы в: органах государственной власти; политических организациях; коммерческих структурах; НКО; спортивных организациях; учебных организациях; учреждениях культуры.

сблужбы в различных сферах	
----------------------------	--

Название дисциплины	Современный русский язык
Кафедра	Кафедра русского языка и литературы
Цель освоения 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; овладение стилистическими и прочими выразительными ресурсами современного русского языка; формирование устойчивой языковой и речевой компетенции в разных областях и ситуациях использования языка; повышение уровня владения речью и формирование коммуникативной компетентности студентов, обеспечение и углубление знаний о литературном языке, его стилях и средствах.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Язык и речь.	Язык и речь. Общенародный русский язык и литературный русский язык.
Тема 2 Языковая личность и речевая компетенция	Языковая личность и речевая компетенция, способы повышения речевой компетенции.
Тема 3 Лексическая сочетаемость и нарушение ее правил.	Лексическая сочетаемость и нарушение ее правил. Речевая избыточность и речевая недостаточность. Тавтология. Употребление слов в прямом и переносном значении; проблема выразительности речи.
Тема 4 Паронимия, эвфемизмы, штампы и канцеляризм	Паронимия и ее выразительные возможности. Эвфемизмы и их выразительные возможности. Штампы и канцеляризм.
Тема 5 Лексика ограниченного употребления	Лексика ограниченного употребления. Профессиональная лексика. Диалектизмы. Жаргонная лексика. Словари русского языка, их типы и назначение.
Тема 6 Морфология современного русского языка.	Морфология современного русского языка. Трудности в определении рода существительных. Род аббревиатур. Особенности склонения имен собственных.
Тема 7 Существительные склоняемые и	Существительные склоняемые и несклоняемые. Предложно-падежные конструкции и ошибки, связанные с их употреблением. Трудные случаи употребления числа и падежа.

несклоняемы е. Трудные случаи употреблени я числа и падежа.	
Тема 8 Синтаксичес кие категории предложения .	Синтаксис современного русского языка. Слово и предложение. Синтаксические категории предложения: предикативность, темпоральность, модальность.
Тема 9 Актуальное членение предложения .	Актуальное членение предложения.

Название дисциплины	Социология
Кафедра	Кафедра социологии и управления персоналом
Цель освоения дисциплины	Формирование у студентов необходимых компетенций, способствующих пониманию закономерностей общественного развития, моделирование личностных и профессиональных качеств, а так же готовности к коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Социология как наука об обществе	Социологический взгляд на общество Объект и предмет социологии Социология в системе наук Уровни социологического анализа Структура социологического знания
Тема 2 Становление и развитие социологии	Предыстория и социально-философские предпосылки возникновения социологии Позитивистская социология О.Конта Органическая теория общества Г.Спенсера Социологические воззрения Э.Дюркгейма "Понимающая" социология М.Вебера Социологическая теория марксизма Социологическая мысль в России. Основные направления современной социологии
Тема 3 Общество как социальная система	Понятие общества в социологии и его основные признаки Общество как социальная система, его структура и основные элементы Типология обществ "Современное общество" и основные направления его развития
Тема 4 Социальная структура и стратификац ия общества	Сущность понятия "социальная структура" Исторически сложившаяся система социальной стратификации Марксистская традиция в классовом анализе общества Критерии социальной стратификации Социальная мобильность и маргинальность Структурные факторы социальных проблем: бедность и неравенство
Тема 5 Социальные институты и социальные организации	Сущность социальных институтов Институциональная организация общества типология и функционирование социальных институтов Социальные организации: сущность, типология, функции Социальные регуляции общественных отношений Социальный контроль и социальные санкции
Тема 6	Культура как объект социологического познания Разнообразие теоретических

Культура как социальное явление	подходов к изучению и пониманию культуры Основные элементы и функции культуры Формы и типы культуры Развитие и распространение культуры в современном обществе
Тема 7 Личность и общество. Социализация личности	Понятие, структура и типы личности Основные подходы в изучении личности Социализация личности: сущность, содержание, основные этапы, агенты и институты Социальное поведение и социальный контроль
Тема 8 Прикладная социология	Прикладная и академическая социология: функции и область применения Общая характеристика методов социологического исследования Этапы и виды социологического исследования Количественные методы сбора социологической информации Методы анализа и интерпретации данных Качественные стратегии в социологических исследованиях

Название дисциплины	Социология массовой коммуникации
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Тема 1. Введение в социологию массовых коммуникаций	Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход; Разнообразие подходов к понятию «коммуникация». Коммуникация как особый вид социальных практик. Составляющие коммуникационного процесса: процесс передачи информации, канал передачи информации, взаимодействие между источником и получателем информации. Виды коммуникации: межличностная, групповая, массовая. Ключевые характеристики массовой коммуникации
Тема 2 Тема 2. Роль массовой коммуникации в современном мире	Массовая коммуникация в современном мире. Роль средств массовой информации. Роль коммуникаций в механизме обеспечения устойчивости социума; коммуникации как способ формирования целей развития; технологические и социальные революции как факторы изменений в средствах и функциях массовой коммуникации. СМК как социальная подсистема; факторы отбора информации в реальной деятельности информационных органов: профессиональные факторы, факторы групп интересов; СМИ и власть, понятие «четвертой власти»; понятие информационной безопасности. Факторы, ведущие к росту значимости средств массовой информации в современном мире
Тема 3 Тема 3. Социологические теории массовой коммуникации	Динамика представлений социологов на роль СМК в жизни индивида; тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений; теоретические модели – одноступенчатая и двухступенчатая; понятие «лидера мнений»; соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения. Основные модели коммуникации. Ключевые социологические теории массовой коммуникации. Системный подход в социологии
Тема 4 Тема 4. СМК и общество	Деятельность средств массовой информации как реализация интересов разных социальных субъектов; формы регуляции отношений: законодательство, профессиональные кодексы этики, неформализованные способы; влияние форм собственности на деятельность информационных органов; гарантии плюрализма мнений, проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала; коммерческая, политическая и социальная реклама

	в средствах массовой информации. Различные подходы к природе взаимоотношений СМК и социума. СМИ – общественный институт
Тема 5 Субъекты СМК. Аудитория СМК	Коммуникатор и социологические способы его изучения, содержание информации и методика его анализа, исследование аудитории – соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов, электронные способы измерения аудитории, проблема рейтинга аудитории; исследования функций СМК: эмпирический и теоретический анализ, социальные функции массовой коммуникации; проблема эффектов и эффективности, цели коммуникатора и цели аудитории, способы измерения эффектов и эффективности коммуникации; потребление информации аудиторией: факторы и барьеры. Особенности аудитории различных средств массовой коммуникации. Целевая и нецелевая аудитории различных видов СМИ.
Тема 6 СМК и общественно е мнение. Социологиче ский инструмента рий исследовани я СМК	Средства массовой информации и общественное мнение; взаимодействие межличностной и массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения; опросы общественного мнения в прессе как текст; профессиональные требования к публикации опросов; влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Традиционные социологические методики исследования контента СМК: контент-анализ, мониторинг, анкетирование, опросы, эксперимент. Социологическое исследование средств массовой коммуникации и стратегия рекламной работы
Тема 7 Рекламная деятельность как структура и как процесс	Реклама в системе массовой коммуникации. Массовое сознание как объект рекламы. Механизмы социального влияния рекламы (стереотипизация, подражание, идентификация) Влияние рекламы на потребительское отношение. Манипулятивные возможности рекламы. Визуальные образы в рекламном сообщении.
Тема 8 Социологиче ские факторы восприятия рекламной информации	Реклама и ценностные ориентации общества. Сегментирование рекламной аудитории. Сущность и определение эффективности рекламной деятельности, проблема эффективности. Социальная эффективность рекламы.

Название дисциплины	Тайм-менеджмент в проектной деятельности
Кафедра	Кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся комплексную систему знаний в области тайм-менеджмента и практические навыки эффективного управления временными ресурсами в проектной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Теоретическ ие основы исследовани я природы времени.	Предмет, цели и задачи дисциплины. Структура учебного курса. Понятие времени в древности. Эволюция понятия «время». Представление о времени в различные эпохи: Античность, Средние века, Эпоха возрождения, Новое время. Понятие времени в философии. Междисциплинарный подход к исследованию понятия "время". Современные концепции времени. Виды психологического времени. Социальное, экономическое и биологическое время. Восприятие времени. Представление о времени. Модель айсберга.
Тема 2 Тайм-менеджмент как система.	Понятие тайм-менеджмента. Основные этапы становления тайм-менеджмента как прикладной дисциплины менеджмента. Тайм-менеджмент как система знаний: субъект и объект, виды тайм-менеджмента, принципы, методы и

	инструменты тайм-менеджмента. Поглотители времени. Классификация расходов времени. Способы сокращения неэффективных расходов времени. Современный тайм-менеджмент в проектировании траектории профессионального и личностного роста.
Тема 3 Роль тайм-менеджмента в управлении проектами. Целеполагание в управлении проектами.	Ценности как основа целеполагания. Проактивный и реактивный подход к жизни. Life-management и жизненные цели. Цели и ключевые области жизни. Подходы к целеполаганию. Метод «Дерево целей». Метод SMART. Метод ВАК. Метод коллажа. Метод позитивной цели. Целеполагание в проектной деятельности. Структуризация целей проекта. Ролевой тайм-менеджмент в команде проекта. Современные техники тайм-менеджмента в проектной деятельности.
Тема 4 Планирование, учет и оптимизация расходов времени в проектной деятельности.	Понятие «планирование». Контекстное планирование. Долгосрочное планирование. Хронокарта Гастева. Хронометраж как система учета и контроля времени. Метод структурированного внимания. Расстановка приоритетов в тайм-менеджменте. Определение приоритетности целей и задач. Закон Парето. ABC-хронометраж. Правило TRAF.
Тема 5 Индивидуальный тайм-менеджмент в команде проекта.	Самомотивация. Самоконтроль. Ментальные карты помех. Прокастинация. Методы работы с крупными задачами. Методы работы с мелкими задачами. Правила организации эффективного отдыха. Саморазружка. Правила организации здорового сна. Планирование дня. Методика Кайдзен. Ассертивность в тайм-менеджменте. Тренинг личной эффективности.
Тема 6 Стандарты корпоративного тайм-менеджмента в проектной деятельности.	Определение «корпоративный тайм-менеджмент». Работоспособность человека и биоритмы. Распределение рабочей нагрузки персонала в рамках проекта. Основы внедрения корпоративного тайм-менеджмента. Корпоративные стандарты тайм-менеджмента. Координация работы в управлении проектами. Методы эффективного распределения задач. Применение инструментов тайм-менеджмента в рамках контроля качества.
Тема 7 Цифровые технологии и инструменты в тайм-менеджменте.	Современные цифровые инструменты для тайм-менеджмента. Онлайн-планировщики: программные продукты, приложения, сервисы. Сравнительный анализ и выбор онлайн-планировщика. Планирование в MS Outlook. Расстановка приоритетов. Настройка пользовательского представления. Группировка задач. Обзор сроков исполнения задач. Контроль исполнения задач.

Название дисциплины	Теория и практика массмедиа
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Сформировать системное представление о ключевых теоретических концепциях и практических реалиях деятельности масс-медиа в современном конвергентном информационном пространстве, а также ознакомить учащихся с теоретическими и практическими аспектами взаимодействия специалистов медиасферы и по связям с общественностью, рекламе и развить способности

	творческого использования полученных знаний в деятельности как в сфере медиа, так и СО и рекламы.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Роль и значение массмедиа в современном дискурсе	Массовая коммуникация и массмедиа. Печать, радиовещание, телевидение: коммуникационные характеристики и особенности. Усиление роли технических средств в социальной коммуникации
Тема 2 Журналистика как функциональная система	Развитие журналистики. Информационные агентства как СМИ особого типа. Типология информагентств: национальные, специализированные, региональные, сетевые
Тема 3 Типология современных периодических изданий	Типология современных печатных медиа. Общероссийская, региональная, местная пресса. Журналы: типология и «ниши». Специализированные, профилированные, сервисные, рекреационные издания. Деловая пресса. Корпоративная журналистика. Качественная и «желтая». «Глянцевая журналистика». Рекламные издания.
Тема 4 Правовые основы средств массовой информации	Государственная политика в области СМИ. Закон о СМИ. Медиа как сдвоенный рынок информации и услуг. Медиа и новые технологии. Масс медиа, гражданское общество и публичная сфера
Тема 5 Редакция СМИ как творческий коллектив	Цели редакции и мотивация журналиста. Профессиональные качества журналиста, редактора, менеджера. Стандартизация процессов и творческая индивидуальность. Роль и позиция журналиста в деятельности редакции. Генеральный директор. Главный редактор. Отделы редакции. Специализация в журналистике.
Тема 6 Методы сбора журналистской информации. Технология подготовки текста	Документ и его виды. Общие схемы работы с информацией. Журналистское расследование. Источники журналистской информации. Слухи как источник. Система проверки информации, ответственность за распространение недостоверной информации – редакции и журналиста
Тема 7 Информационные жанры журналистики	Группа информационных жанров. Отражение действительности в тексте. Система журналистских жанров. Специфика информационных продуктов. Жанры новостной журналистики.
Тема 8 Новость, заметка, оперативный репортаж	Понятие факта. Событие. Новость. Новости он-лайн. Этапы создания журналистского текста. Информационный повод и лид.
Тема 9 Структура телевизионного сюжета	Структурные элементы сюжета. Виды планов. Характеристика телевизионного медиатекста. Визуальный ряд
Тема 10	Тематическая и жанровая специализация журналистов в СМИ. Должность

Аналитические жанры журналистики	обозревателя. Тематические страницы и рубрики. Аналитика как мерило профессионализма СМИ и конкурентное преимущество на рынке массмедиа. Статья и ее виды, корреспонденция, обзор, комментарий, интервью с экспертом, аналитический отчет.
Тема 11 Интервью как жанр журналистики	Типология интервью. Виды интервью - интервью-диалог, интервью-монолог, интервью – портрет, интервью. Жанр интервью в массовой, деловой, глянцевого прессы. Психологические особенности общения с собеседником. Интервью со знаменитостью.
Тема 12 Аналитическая корреспонденция	Виды и типы корреспонденции. Аналитика в общественно-политической и специализированной прессы. Конфликты и противоречия как вызов статус-кво. Проблемная, аналитическая, критическая корреспонденции. Комментирование. Позиция журналиста
Тема 13 Аналитический отчет	Предмет журналистского аналитического отчета. Цель аналитического отчета. Структура
Тема 14 Аналитический репортаж	Выбор социально-значимой темы и героя материала. Работа с тематическими досье для списка вопросов к интервью. Необходимые параметры при выборе места и времени.
Тема 15 Аналитические жанры телевидения и радио: репортаж, специальный репортаж	Аналитические жанры телевидения и радио: отчет, репортаж, специальный репортаж. Специфика.
Тема 16 Речевые и поведенческие стратегии телеведущего. Образ на экране	Умение вести перед камерой. Дресс-код. Ведущий как медиатор и манипулятор. Типичные ошибки ведущего и спикера.
Тема 17 Авторская колонка	Авторская колонка: специфика. Предмет авторской колонки, форма.
Тема 18 Рецензия	Типология жанра рецензии. Информационная, аналитическая и художественная природа жанра. Оценочность. Структура рецензии - описание произведения искусства (автор, название, место и время создания); общая характеристика произведения - комментарии критика, цитирование, выделение кульминационных моментов; анализ содержания и композиции работы; определение места произведения в творчестве автора или в культурном процессе в целом; привлечение внимания к рецензируемому произведению.
Тема 19 Аналитическая статья	Аналитика в общественно-политической и специализированной прессы. Конфликты и противоречия как вызов статус-кво. Проблемная, аналитическая, критическая корреспонденции. Комментирование. Позиция журналиста.
Тема 20 Мультимедийные форматы	Мультимедийные форматы журналистики: лонгрид, фичер

журналистик и: лонгрид, фичер	
Тема 21 Публицистич еские жанры журналистик и	Основные жанры. Обозрение, фельетон, очерк, портретное интервью. Соединение метода анализа и способа художественного осмысления. Понятие публицистичности, ее новые формы в интернет- СМИ.
Тема 22 Очерк как жанр журналистик и	Биографический очерк как попытка переосмысления исторического персонажа в актуальных условиях. Авторское «Я» в тени героя. Путевой очерк. Документальность и домысел
Тема 23 Сатирически е жанры журналистик и	Сатирические жанры современной журналистики: общая характеристика. Фельетон, памфлет, пародия, эпиграмма, басня, шарж, карикатура.

Название дисциплины	Теория и практика рекламы
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения 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.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие, сущность и виды рекламы. Роль рекламы в обществе	Понятие и сущность рекламы как вида коммуникации. Роль рекламы как культурного феномена.
Тема 2 Современны е тенденции развития рекламы за рубежом и в России	Сущность рекламного процесса.
Тема 3 Рекламный процесс: понятие, структура и содержание	Психологическая и социально-психологическая сущность рекламы.
Тема 4 Психологиче ские и социально- психологичес	Специфика различных средств рекламы.

кие основы рекламы	
Тема 5 Средства распространения и размещения рекламы	Структура построения рекламного исследования.
Тема 6 Исследования в рекламе	Сущность и процедура оценки рекламной коммуникации.
Тема 7 Оценка эффективности рекламы	Структура СМК и место в ней рекламы.
Тема 8 Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	Сущность функций рекламных агентств.
Тема 9 Рекламные агентства и их функции	Роль и значение международной рекламы.
Тема 10 Мировой рынок рекламы. «Интернациональная» реклама	Сущность проблем развития рекламы.
Тема 11 Правовые и этические аспекты современной практики и технологий рекламы	Понятие и сущность рекламы как вида коммуникации.
Тема 12 Рекламный креатив и рекламный продукт: сущность, стратегии разработки продвижения	Понятие и специфика креативного рекламного продукта. Понятие стратегии рекламной деятельности. Стратегии рекламных обращений. Бриф как основа создания рекламного продукта.
Тема 13	Понятие и особенности работы с рекламным обращением. Методики

Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации креативной концепции	мотивации рекламных обращений и концепции креативного творчества в рекламе. Процессы создания рекламных текстов. Процессы формирования визуальных образов в рекламе и методики тестирования рекламы. Вопросы организации творческой деятельности в рекламном агентстве.
Тема 14 Основы технологий рекламной деятельности . Специфика графических программ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, InDesign	Понятие инструментария и технологии рекламной деятельности. Технологии проторекламы. Тенденции в рекламе, связанные с глобализацией рекламного пространства.
Тема 15 Технологии создания печатной рекламы.	Оригинал-макет и технология его создания. Шрифты в макетировании. Полиграфические технологии. Основные носители и материалы в рекламной полиграфии.
Тема 16 Технологии производства наружной рекламы	Особенности макетирования наружной рекламы к месту установки. Технологии производства наружной рекламы. Стационарная наружная реклама. Световые, проекционные и динамические рекламные установки. Реклама на движущихся носителях. Основные материалы в наружной рекламе.
Тема 17 Технологии производства видеорекламы	Средства видеорекламы и их технические характеристики. Технологические этапы производства видеоролика. Особенности подготовки создания видеорекламы. Технологии видеосъемки. Технологии видеомонтажа.
Тема 18 Технологии производства радиорекламы	Типология радиорекламы. Особенности создания сценария радиорекламы. Производство радиорекламы.
Тема 19 Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе	Сущность понятия и классификация мультимедиа. Современные мультимедийные технологии в рекламе. Рекламные технологии в Интернете. Виды рекламы в Интернете.
Тема 20 Методические подходы к обеспечению и оценке	Разработка управленческих решений по бюджету рекламной деятельности. Оценка рекламной деятельности. Комплексная оценка результата рекламных коммуникаций

эффективности рекламной деятельности	
--------------------------------------	--

Название дисциплины	Теория и практика связей с общественностью
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения 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
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 PR-информация в публичных коммуникациях	Понятие публичных коммуникаций. Основы литературного редактирования и копирайтинга. Понятие рекламной и PR-информации. Роль публичных коммуникаций в современном обществе. Функционирование публичных коммуникаций. Публичная сфера и публичный дискурс. Рекламная и PR-информация в публичном дискурсе. Источники и факторы рекламной и PR-информации.
Тема 2 Проблемы типологии и жанрообразования в письменных PR-коммуникациях	Принципы типологии рекламных и PR-текстов. Базисные и смежные тексты. Первичные PR-тексты и медиатексты. Простые и комбинированные тексты. Специфика жанрообразования в письменных рекламных и PR-коммуникациях. Жанрообразующие факторы текстов в связях с общественностью. Специфика и основные классификации текстов рекламы и текстов по связям с общественностью
Тема 3 Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов	Понятие жанровых характеристик PR-текстов. Объем и характер передаваемой информации как параметры PR-текстов. Уровень оперативности и событийности в PR-текстах. Ориентированность PR-текстов на целевые группы общественности. Оперативно-новостные жанры PR-текстов. Исследовательско-новостные и образно-новостные жанры PR-текстов. Фактологические и исследовательские жанры PR-текстов. Специфика и прагматическая направленность текстов по рекламе и связям с общественностью.
Тема 4 Жанровая характеристика комбинированных первичных PR-текстов	Жанровые характеристики Полиграфический и событийный характер функционирования комбинированных текстов. Корпоративная полиграфия. Содержание корпоративной полиграфии. Корпоративное издание как вид комбинированного текста. Годовой отчет в системе комбинированных PR-текстов. Социальный отчет: от корпоративного буклета к отчету об устойчивом развитии. Политическая (электоральная) листовка: разновидности и принципы подачи материала. Фотография в публичных коммуникациях
Тема 5 Социолингвистические основы публичных коммуникаций	Социолингвистические аспекты устной и письменной коммуникации. Принципы социолингвистического анализа публичных коммуникаций. Проблемы взаимосвязи между языковыми и социальными структурами. Социальные факторы многоязычия в публичных и интегрированных коммуникациях. Социальная дифференциация языка. Языковые барьеры в публичных коммуникациях. Психологические аспекты воздействия текстов рекламы и текстов по связям с общественностью на целевые аудитории. Типология языковых ситуаций в интегрированных и публичных

	коммуникациях.
Тема 6 Смежные и медиа PR-тексты	Смежные тексты как тексты с неполными характеристиками PR-текста. Особенности резюме. Виды резюме по модели (английская, французская, американская). Блоковый характер резюме. Слоган и его разновидности. Рекламный, корпоративный, политический слоган. Модели функционирования корпоративного и политического слогана. Лингвистические характеристики политического слогана. Пресс-ревью и принципы его составления. Базовые навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью.
Тема 7 Медиарилейшенз и медиапланирование	Понятие медиарилейшенз. Основные направления МР. Генерирование информационных поводов. Создание пула СМИ. Целевые СМИ. Медиакарта и ее особенности.
Тема 8 Исследования в медиарилейшенз	Клиппинг и мониторинг. Мониторинг СМИ. Информационный аудит/анализ информационного поля. Программы и информационные системы для проведения аудита: «Медialogия», «Интегрум», «СКАН Интерфакс».
Тема 9 Оценка эффективности медиарилейшенз	Эффективность МР в контексте общей оценки эффективности СО. Методики и технологии оценки эффективности.
Тема 10 Стратегическое и тактическое медиапланирование	Виды медиапланирования. Факторы формирования стратегии медиапланирования. Перевод маркетинговых задач в рекламные. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории. Эффективная аудитория. Тактическое медиапланирование и его этапы.
Тема 11 Медианализ в медиапланировании	Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Российские профессиональные организации на рынке медиаметрии. Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Исследования аудитории: анализ «количества» и «качества». Направления исследований покупательского поведения. Компании, изучающие поведение потребителей, исследовательские проекты, их специфика. Мониторинг рекламной информации: цель, задачи, параметры мониторинга. Технические и «вербальные» способы получения информации о потреблении аудиторией разных-Исследовательские проекты, формы подачи информации
Тема 12 Параметры медиапланирования	Показатели и примеры расчета рейтинга СМИ. Доля суммарного рейтинга аудитории и примеры ее расчета. Взаимосвязь показателей Rating, HUT и Share. GRP и TRP. Количество предъявлений (Impressions). Охват (Reach) и специфика его расчета. Частота (Frequency). Взаимосвязь охвата, частоты и GPR. CPM и CPP, их взаимосвязь. Brand Development Index. Специфика использования Media Mix.
Тема 13 Ценовые параметры медиапланирования	Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов. Понятие медиабайинга и медиаселлинга. Расчет прогнозного рейтинга телеканала. Ценовые параметры медиапланирования, понятие сравнительной стоимости. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом рекламного бюджета. Расчет бюджета медиапланирования: основные модели. Проблема приобретения места для размещения рекламы.
Тема 14	Понятие, задачи и принципы построения медиаплана. Источники информации,

Медиаплан, принципы создания и документы медиапланирования	необходимые для построения медиаплана. Стратегия и тактика медиапланирования. Медиацили и медиастратегии. Медиаплан, медиатактика, медиабаинг, медиаселлинг, медиаграфик. Этапы и алгоритмы медиапланирования. Контроль выполнения медиапланов и его виды. Вопросы оценки эффективности масс-медиа. Вопросы организации медиапланирования. Обоснование подходов к формированию бюджета медиапланирования. Современные проблемы медиаисследований. Тестирование медиаплана и рекламы. Методики оценки эффективности медиапланирования.
Тема 15 Компьютерные программы и системы для медиапланирования	Процессы выбора носителей. Практика медиапланирования в прессе. Специфика медиапланирования на радио и телевидении. Медиапланирование в наружной и транзитной рекламе. Практика медиапланирования в почтовой рекламе. Основы медиапланирования в Интернет. Создание медиаплана с использованием программ по медиапланированию «Галилео» (Galileo), «PaloMARS», «Zodiac» и др.

Название дисциплины	Технологии обработки и визуализации данных
Кафедра	Кафедра информатики
Цель освоения дисциплины	Овладение студентами основных методов и инструментов для проведения анализа финансово-экономической информации и визуализации данных (подключение к разнообразным источникам данных, визуализируя данные в интерактивные аналитические сведения) для принятия верных управленческие решений.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Понятие визуализации и данных. Способы применения визуализации и данных в бизнес-аналитике.	Понятие визуализации данных. Цель визуализации. Виды диаграмм.
Тема 2 Инструменты для визуализации и данных.	Обзор приложений: Plotly (создание диаграмм, презентаций и дашбордов), DataHero (интеграция данных из облачных сервисов и создание диаграмм и дашбордов), Tableau (визуализация финансово-экономической информации с графиками, диаграммами, картами), Dygraphs (визуализация большого количества данных) Stimulsoft Dashboards (гибкий и легко настраиваемый инструмент Business Intelligence для анализа данных) и др.
Тема 3 Power Pivot (MS Excel) для управления данными.	Построение модели данных в Power Pivot (MS Excel). Добавление таблиц в модель данных. Создание связей между таблицами. Создание сводной таблицы из Power Pivot (MS Excel).
Тема 4 Power Query (MS Excel) для преобразования данных.	Манипулирование данными при помощи операций сведения и отмены свертки. Обновление данных. Основные инструменты работы со строками и столбцами. Создание фильтров с одним критерием. Создание фильтров с множественными критериями. Добавление таблиц. Группировка данных. Извлечение данных.
Тема 5	Создание базовой сводной таблицы и базовой сводной диаграммы.

Создание дашбордов при помощи Power Query (MS Excel).	Использование Power Query (MS Excel) для сбора и подключения к данным. Объединение файлов. Использование Power Query (MS Excel) для добавления таблиц в модель данных. Выбор типа визуализации данных. Сохранение, публикация и распространение дашбордов.
--	--

Название дисциплины	Управление визуальным контентом
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	сформировать компетенции обучающегося в области управления визуальным контентом.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1 Визуальный контент: пристрастия пользователя и закономерности восприятия	Визуализация. Визуальный контент. Тенденции функционирования разных видов визуального контента и его преимущества. Тренды и антитренды визуального контента в рекламе и PR.
Тема 2 Понятие о визуальной культуре	Современная визуальная культура. Символы и образы в визуальной культуре. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов. Инфографика – как система креализованного текста. Использование визуальных технологий в рекламе и PR. Роль психических процессов в формировании рекламных образов: ощущение, восприятие, внимание, память, мышление. Виды мышления: логическое, образное, ассоциативное, эстетическое, интеллектуальное и др. Ассоциации. Виды ассоциаций. Ассоциации и архетипический символ. Сравнения, эпитеты, аллегория, символика в развитии ассоциативного мышления в рекламе.
Тема 3 Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы. Психологическое воздействие рекламы	Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств. Алгоритм креативного процесса. Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Имидж и образ в рекламе. Фирменный стиль. Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Основные составляющие фирменного стиля.
Тема 4 Новые визуальные технологии в рекламе	Новые визуальные технологии. Манипулятивные возможности визуальных технологий в рекламе. Телесные практики современной рекламы (фрагментация и асимметрия). Грамотное визуальное восприятие. Распознавание визуальных кодов, навигация, опыт визуальных коммуникаций в рекламе и PR. Активация эмоционально-ценностных отношений личности при восприятии визуальных образов в коммуникации.
Тема 5 Концепция и жизненный цикл проекта	Организация работы по управлению проектом. Тайминг, управление ресурсами и изменениями проекта.

визуальных коммуникаций	
--------------------------------	--

Название дисциплины	Управление информацией на медиаплатформах
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся системные базовые представления, знания, умения и навыки по управлению информацией в цифровом пространстве и применению (определению) способов повышения эффективности бизнеса за счет использования инструментов коммуникационной политики.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Управление информацией на современных медиаплатформах. Введение	Жизненный цикл общественного мнения. Характеристика общественного мнения, с точки зрения качественных ориентиров. Исследования как база управления информацией и общественным мнением.
Тема 2 Процесс формирования общественного мнения	Законы Хадли Кетрила по работе с общественным мнением. Изменение событийной фокусировки. Информационная блокада. Social Branding.
Тема 3 Управление общественным мнением	Сущность и динамика развития концепции общественного мнения. Методы изучения общественного мнения. Технологии управления общественным мнением.
Тема 4 Особенности анализа отчетности о состоянии медиарынка	Общее представление методов изучения отчетности о состоянии медиарынка. Аналитика. Виды отчетов. Рейтинговые измерения.
Тема 5 Методы и способы управления информацией на современных медиаплатформах	Изменения медиарынка и влияние цифровых технологий на управление информацией. Подходы к управлению информацией. Технология «слива» информации. Оценка эффективности мероприятий управления информацией.

Название дисциплины	Учебная практика (ознакомительная практика)
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения дисциплины	Закрепление знаний и умений, приобретаемых обучающимися во время изучения теоретических курсов, выработка практических навыков, способствующих комплексному формированию общепрофессиональных и

	универсальных компетенций
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Подготовительный этап	Установочное собрание. Составление индивидуального задания на практику, заполнение личного листка, оформление документов.
Тема 2 Выполнение задания практики	Изучить историю создания, организационно-штатную структуру организации, её коммуникативное пространство и коммуникативную политику; Уяснить место и роль связей с общественностью в коммуникативной политике организации; Ознакомиться с функциональными обязанностями специалиста по связям с общественностью, в рамках закрепленной на период практики должности. Принять участие в подготовке/реализации рекламных и PR-мероприятиях (не менее двух) и отразить в отчете. Собрать иллюстративный материал для приложения (например, фото-отчеты, графики, публикации в СМИ, контент сайтов и других цифровых блоков и др.). Проанализировать личный социальный опыт функционирования в коллективе организации. Соблюдать правила внутреннего трудового распорядка организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности организации в сфере рекламы и связей с общественностью. Выполнять индивидуальные задания руководителя практики от предприятия, связанные с программой практики 2. Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета
Тема 3 Заключительный этап	Подготовка к защите, защита отчета по практике

Название дисциплины	Физическая культура и спорт
Кафедра	Кафедра физической культуры
Цель освоения дисциплины	Формирование физической культуры студента, способного реализовать её в учебной социально-профессиональной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Федеральные стандарты по дисциплине «Физическая культура и спорт».	Цели и задачи физической культуры в вузе. Физическая культура и спорт как учебная дисциплина высшего профессионального образования и целостного развития личности. Нормативно-правовая база: Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» N 329-ФЗ от 4.12.2007 г (в ред. от 30.04.2021 г.)
Тема 2 Компетентностный вектор обучения.	Основные положения организации физического воспитания в высшем учебном заведении. Модель компетенций, формируемых дисциплиной. Требования, предъявляемые к уровню физической подготовленности студентов.
Тема 3 Принципы управления физической подготовкой.	Организация учебного процесса по дисциплине с учётом дидактических и методических принципов.
Тема 4 Выбор оздоровитель	Характеристика здорового образа жизни и факторов его определяющих.

ных технологий.	
Тема 5 Индивидуальные маршруты физической подготовки.	Физические упражнения как фактор воздействия на организм человека. Влияние двигательной активности на адаптационный потенциал человека. Требования к регуляции двигательной активности.
Тема 6 ГТО – как системообразующий фактор физической подготовки студентов.	Исторические и современные аспекты программы всероссийского комплекса ГТО.
Тема 7 Занятия в специальных медицинских группах и с инвалидами.	Задачи, решаемые при использовании средств лечебной (ЛФК) и адаптивной (АФК) физической культуры. Клинико-биологическое обоснование лечебной физической культуры. Показания и противопоказания к занятиям ЛФК. Врачебный контроль в лечебной физической культуре.
Тема 8 Ресурсы физической рекреации.	Ресурсы физической рекреации и двигательной реабилитации. Средства физической культуры. Классификация физических упражнений.
Тема 9 Методы адаптивного управления физической подготовкой.	Адаптационные процессы. Методы адаптивного управления физической подготовкой.
Тема 10 Общая, специальная и профессионально-прикладная подготовка студентов.	Основы видов подготовки студентов: общая, специальная, профессионально-прикладная.
Тема 11 Техническая подготовка.	Освоение методов обучения и совершенствования двигательных действий. Диверсификация двигательных умений и навыков.
Тема 12 Развитие физических качеств.	Характеристика физических качеств человека. Методы направленного воздействия на развитие быстроты, выносливости, гибкости, ловкости, координационных способностей, силы. Сензитивные периоды развития физических качеств.
Тема 13 Характеристика фитнес-программ.	Задачи, решаемые при занятиях фитнесом. Многообразие современных фитнес-методик.
Тема 14	Разновидности и содержание игровых видов спорта. Средства спортивных и

Специфика занятий игровыми видами спорта.	подвижных игр в практике физической рекреации и фоновой физической культуры.
Тема 15 Структура подготовки спортсмена.	Содержание теоретической, технической, физической, тактической, психологической и специальной соревновательной подготовки.
Тема 16 Кондиционная тренировка.	Средства и методы развития физических качеств и повышения функциональной подготовленности.
Тема 17 Соревновательная практика.	Участие в соревнованиях и «открытых» стартах.
Тема 18 Физическая подготовка на подготовительном и основном отделениях.	Нормы двигательной активности, индивидуальные программы физической подготовки.
Тема 19 Физическая подготовка в специальных медицинских группах и инвалидов.	Методы коррекции физической нагрузки с учётом нозологии заболевания. Частные методики ЛФК.
Тема 20 Комплексы ППФП с учётом специфики труда.	Общие положения профессионально-прикладной физической подготовки. Личная и социально-экономическая необходимость специальной психофизической подготовки человека к труду. Выбор и составление комплексов ППФП с учётом специфики профессиональной деятельности.
Тема 21 Методы повышения работоспособности.	Методы повышения работоспособности с учётом физического развития и подготовленности студентов. Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физической культурой и спортом. Педагогический и самоконтроль, показатели и дневник самоконтроля. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями по результатам показателей контроля.

Название дисциплины	Физическая культура и спорт (элективные дисциплины)
Кафедра	Кафедра физической культуры
Цель освоения дисциплины	Формирование способностей к эффективному использованию ресурсов физической культуры для укрепления здоровья, физического развития и подготовки к социальной и профессиональной деятельности.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1	Средства физической культуры, их классификация. Спортивная игра как

Организационно-методические основы занятий спортивными играми.	индивидуальное или командное противоборство, при котором действия соперников с общим для всех участников предметом игры направлены на достижение победы над соперником. Многообразие спортивных игр. Особенности организации мест занятий. Гигиенические основы обеспечения занятий спортивными играми. Противопоказания к занятиям спортивными играми. Двигательная рекреация с использованием средств спортивных игр.
Тема 2 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях спортивными играми. Профилактика травматизма.	Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Физическая нагрузка и условия ее дозирования на занятиях спортивными играми. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях спортивными играми.
Тема 3 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях спортивными играми.	Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях спортивными играми.
Тема 4 Базовые технические приемы в баскетболе.	Основы правил игры. Судейство. Совершенствование техники передвижений, остановок, поворотов, стоек. Стойка защитника. Повороты на месте и в движении. Остановка прыжком, в один или два шага после ускорения. Совершенствование ловли и передачи мяча. Техника передачи мяча на месте и в движении. Техника ловли мяча на месте и в движении. Совершенствование техники ведения мяча, бросков мяча. Броски мяча по кольцу. Техника защитных действий.
Тема 5 Совершенствование технико-тактической подготовленности в баскетболе.	Индивидуальные и командные тактические действия в защите и нападении. Техника передач мяча: двумя руками от груди, двумя руками с отскоком от пола, двумя руками от плеча, двумя руками сверху. Техника ловли мяча: после отскока, низко или высоко летящего мяча, катящегося мяча. Бросок мяча в кольцо: двумя руками от груди, двумя руками от груди после ведения, одной рукой с места, одной рукой после ведения, одной рукой после двух шагов, в прыжке одной рукой.
Тема 6 Развитие специальной	Овладение игрой и комплексное развитие психомоторных способностей. Выполнение специальных упражнений и заданий для развития специальной (игровой) выносливости. Выполнение контрольных заданий: ведение мяча,

(игровой) выносливость и в баскетболе.	передачи мяча, броски мяча в кольцо.
Тема 7 Овладение техникой владения мячом и тактикой игры в волейболе.	Основные правила игры. Основы судейства. Освоение техники стоек и перемещений волейболиста. Техника передачи и приема мяча двумя руками сверху и снизу: индивидуальная над собой, в движении правым и левым боком, лицом и спиной к направлению передвижения, в парах на месте, в движении, через сетку. Совершенствование техники подачи мяча. Техника нападающего удара. Совершенствование техники защитных действий. Индивидуальные и групповые тактические действия: в зависимости от места расположения, от действия игроков своей команды. Двухсторонняя учебная игра.
Тема 8 Общая и специальная (игровая) подготовка в волейболе.	Комплексное развитие психомоторных способностей. Выполнение специальных упражнений и заданий на развитие игровой выносливости: ускорения, темповые передачи, игровые комбинации. Выполнение учебных заданий: верхняя передача над собой и в парах, нижняя передача, нижняя прямая подача, верхняя подача, подача в заданную зону.
Тема 9 Совершенствование технико-тактической подготовленности волейболиста.	Освоение техники перемещения по площадке: шагом, бегом, приставным шагом, двойным шагом, скрестным шагом, скачком, прыжком. Освоение техники блокирования: одиночное у стены, одиночное в игре.
Тема 10 Овладение техникой владения мячом и тактикой игры в футболе.	Основные правила игры. Основы судейства. Специальные и подготовительные упражнения без мяча и с мячом. Освоение техники передвижений, остановок, поворотов, стоек. Освоение техники владения мячом: передвижения, прыжки, остановки мяча (ногой, туловищем, головой). Освоение техники ударов по мячу ногой и головой. варианты остановок мяча ногой и грудью. Совершенствование техники ведения мяча внешней и внутренней частью стопы.
Тема 11 Совершенствование технико-тактической подготовленности футболиста.	Комбинации из освоенных элементов техники перемещения и владения мячом. Совершенствование техники индивидуальных и групповых защитных действий. Действия против игрока без мяча и с мячом (выбивание, отбор и перехват мяча). Учебная игра с элементами судейства студентами. Учебная игра по упрощенным правилам (на площадке меньшего размера, с уменьшением продолжительности таймов). Освоение учебных нормативов: удар по воротам на точность (11 метров). Удар по воротам с ведением мяча (15-20 м).
Тема 12 Основы техники игры в настольный теннис	Техника игры в настольный теннис. Основная стойка теннисиста, перемещения игрока. Виды ударов. Тактика игры. Основные правила игры на счет (одиночные и парные игры). Выполнение учебных заданий для освоения элементов техники. Специально-двигательная подготовка теннисиста.
Тема 13 Формирование индивидуаль	Средства и методы формирования двигательного потенциала человека. Индивидуализация подходов при выборе оздоровительных методик занятий физической культурой. Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и

<p>ных маршрутов физической подготовки с использованием средств спортивных игр.</p>	<p>выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств общеразвивающих упражнений. Спортивные игры в рамках рекреационной и фоновой физической культуры.</p>
<p>Тема 14 Организационно-методические основы занятий оздоровительной аэробикой.</p>	<p>Средства физической культуры, их классификация. Аэробика: спортивные, оздоровительные и прикладные направления. Многообразие оздоровительных методик. Особенности организации мест занятий. Современные программы оздоровительной аэробики. Базовая аэробика: определяющие черты методики. Базовые шаги. Инвентарь (степ-платформы, фитболлы и пр.) Противопоказания для занятий.</p>
<p>Тема 15 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях оздоровительной аэробикой. Профилактика травматизма.</p>	<p>Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор программ оздоровительной аэробики низкой интенсивности. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях оздоровительной аэробикой.</p>
<p>Тема 16 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях оздоровительной аэробикой</p>	<p>Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях оздоровительной аэробикой.</p>
<p>Тема 17 Освоение базовых программ занятий оздоровительной аэробикой</p>	<p>Освоение базовых вариантов оздоровительных занятий аэробикой. Использование статодинамических и дыхательных упражнений. Элементы релаксации и стретчинга в оздоровительных программах занятий. Традиционные оздоровительные системы: йога, ушу. Освоение методик с преимущественной направленностью на улучшение функционального состояния организма (пилатес, калланетика, изотон). Базовая аэробика. Степ-</p>

ной аэробикой.	аэробика. Танцевальная аэробика (многообразие стилизованных направлений).
Тема 18 Диверсификация двигательных умений и навыков в оздоровительной аэробике.	Направления развития современной аэробики: оздоровительное, спортивное и прикладное. Выполнение комплексов оздоровительной аэробики различной интенсивности. Ознакомление с многообразием частных методик оздоровительной аэробики. Аэробика циклической структуры. Аэробика ациклической структуры. Базовая аэробика. Танцевальные направления (зумба, латина, сальса).
Тема 19 Сопряженное развитие двигательных способностей в аэробике.	Двигательные способности. Развитие выносливости, гибкости и координационных способностей средствами аэробики. Общеразвивающие упражнения с повышенной амплитудой для различных суставов. Выполнение упражнений в растягивании из различных исходных положений, в парах, группой, с использованием снарядов и предметов. Выбор средств для решения задач сопряженного развития двигательных способностей. Выполнение комплексов аэробики с использованием снарядов, отягощений (степ-комплекс, слайд аэробика, аэробика с гантелями, со скакалкой - скиппинг).
Тема 20 Формирование индивидуальных маршрутов физической подготовки с использованием средств оздоровительной аэробики.	Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств оздоровительной аэробики. Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Разработка индивидуальных программ оздоровительных занятий силовой направленности. Методики с преимущественной направленностью на коррекцию фигуры. Составление индивидуальных программ занятий с учетом особенностей телосложения. Выполнение индивидуализированных комплексов шейпинга, калланетики. Выполнение комплексов аэробики низкой и средней интенсивности.
Тема 21 Организационно-методические основы занятий атлетической гимнастикой	Средства физической культуры, их классификация. Атлетическая гимнастика как традиционный вид гимнастики оздоровительно-развивающей направленности, сочетающий силовую тренировку с разносторонней физической подготовкой, гармоническим развитием и укреплением здоровья. Основные средства и инвентарь. Особенности организации мест занятий. Гигиенические основы обеспечения занятий атлетической гимнастикой. Противопоказания к занятиям атлетической гимнастикой.
Тема 22 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях атлетической гимнастикой	Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор средств атлетической гимнастики в занятиях корригирующей направленности. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях атлетической гимнастикой.

Профилактика травматизма	
Тема 23 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях атлетической гимнастикой	Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях атлетической гимнастикой.
Тема 24 Освоение методик тренировки в атлетической гимнастике.	Основы выбора специальных физических упражнений при занятиях атлетической гимнастикой. Развитие силы и гибкости различных мышечных групп, увеличение мышечной массы при занятиях силовой направленности. Круговая тренировка как метод особых комбинаций нагрузок и отдыха при последовательном выполнении специально подобранных физических упражнений, воздействующих на мышечные группы и функциональные системы. Выполнение комплексов упражнений по принципу круговой тренировки (5-8 станций). Освоение комплексов круговой тренировки с различными интервалами отдыха и дозировкой нагрузки. Самостоятельный выбор и выполнение комплексов упражнений круговой тренировки без и с использованием снарядов и предметов (отягощений, эспандеров, резиновых лент).
Тема 25 Совершенствование техники силовых упражнений для разных групп мышц.	Современные подходы на развитие силовых и скоростно-силовых способностей. Техника силовых упражнений с отягощениями (штанга, гантели, резиновые амортизаторы), на тренажерах для разных групп мышц. Выполнение комплексов упражнений с направленностью на развитие абсолютных и относительных показателей силовых способностей.
Тема 26 Формирование индивидуальных маршрутов физической подготовки с использованием средств атлетической гимнастики.	Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств атлетической гимнастики. Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Разработка индивидуальных программ оздоровительных занятий силовой направленности.
Тема 27 Организационно-методически	Средства физической культуры, их классификация. Легкая атлетика как спортивно-педагогическая дисциплина. Многообразие легкоатлетических дисциплин: беговые виды, спортивная ходьба, технические виды (прыжки и метания), многоборья, пробег (бег по шоссе) и кроссы (бег по пересечённой

е основы занятий легкой атлетикой.	местности). Средства и методы тренировки. Гигиенические основы обеспечения занятий легкой атлетикой. Противопоказания к занятиям.
Тема 28 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях легкой атлетикой.Профилактика травматизма	Здоровье: понятие и компоненты.Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта.Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор программ оздоровительных занятий низкой интенсивности.Ведение дневника самоконтроля.Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях легкой атлетикой.
Тема 29 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях легкой атлетикой.	Понятие самоконтроля.Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции).Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека.Контроль показателей при занятиях легкой атлетикой.
Тема 30 Освоение и совершенствование техники базовых легкоатлетических упражнений. Кроссовая подготовка.	Освоение основ техники различных беговых упражнений: бега трусцой, семенящего бега, бега по различному покрытию, бега в подъем и на спуске. Устранение излишнего мышечного напряжения, повышение согласованности движений в беговом цикле. техника и тактика бега на длинные дистанции.Специальные беговые упражнения (СБУ) легкоатлета. Техника прыжковых упражнений: прыжок в длину с места и с разбега.
Тема 31 Полисоревновательная подготовка в легкой атлетике.	Участие в спаррингах, контрольных забегах, прикидках и соревнованиях в целях повышения функциональной и психологической готовности спортсмена к ответственным стартам. Элементы соревнований в занятиях физической культурой и спортом: использование средств спортивных и подвижных игр, эстафеты.
Тема 32 Формирование индивидуальных	Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств легкой атлетики.Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Разработка

маршрутов физической подготовки с использованием средств легкой атлетики.	индивидуальных программ оздоровительной ходьбы и бега.
Тема 33 Организационно-методические основы занятий плаванием.	Средства физической культуры, их классификация. Плавание как естественное умение человека и спортивно-педагогическая дисциплина. Спортивные и прикладные способы плавания. Особенности водной среды. Этапы обучения технике плавания. Основы дыхания в плавании. Оздоровительное плавание. Противопоказания для занятий плаванием.
Тема 34 Контроль и коррекция нагрузки с учетом статуса здоровья и нозологии заболевания при занятиях плаванием. Профилактика травматизма	Здоровье: понятие и компоненты. Сущность и принципиальные подходы к занятиям оздоровительного типа. Решение задач коррекции физического и психологического состояния лиц с особым статусом здоровья средствами физической культуры и спорта. Основы лечебной физической культуры (ЛФК). Простейшие тесты и методики мониторинга текущего состояния организма при выполнении физических упражнений. Учет показаний и противопоказаний к занятиям физической культурой при планировании организованных и самостоятельных занятий. Освоение навыков измерения ЧСС и АД. Анализ полученных данных относительно возрастных норм. Выбор программ оздоровительных занятий низкой интенсивности. Ведение дневника самоконтроля. Причины травм и меры по предотвращению травматизма в занятиях плаванием.
Тема 35 Освоение методов самоконтроля физического развития, физического состояния и подготовленности при занятиях плаванием.	Понятие самоконтроля. Субъективные и объективные показатели самоконтроля. Простейшие тесты и методики самоконтроля уровня физического развития. Методы исследования и оценки физического развития человека (антропометрия, метод индексов, метод корреляции). Оценка физического состояния в покое. Толерантность к физическим нагрузкам. Оценка уровня развития физической подготовленности по показателям тестирования физических качеств человека. Контроль показателей при занятиях плаванием.
Тема 36 Повышение функциональных возможностей организма при занятиях плаванием.	Выполнение специальных заданий на освоение водной среды: методик дыхания в воду, расслабления, скольжения, правильного положения корпуса и координации дыхания и движений в цикле плавания. Выполнение учебных заданий: ныряние за предметом, на проплывание отрезков различными стилями плавания (10 м, 15 м, 25 м, 50 м). Игровые задания и подвижные игры (индивидуальные и групповые) с направленностью на совершенствование техники способов плавания и повышения функциональных возможностей (увеличение дыхательного объема, развитие дыхательной мускулатуры).
Тема 37 Освоение и совершенствование техники плавания	Освоение основ дыхания в плавании. Освоение базовых элементов техники плавания кролем и брассом. Изучение техники старта и поворота (маятник). Техника безопасности на воде (спасение тонущего и помощь уставшему пловцу, преодоление водных преград). Специальные подготовительные упражнения на суше для освоения элементов техники плавания способами кроль и брасс (имитационные упражнения, детализирование техники

кролем и брассом. Освоение прикладных способов плавания.	движений рук и ног, специальные упражнения для увеличения подвижности суставов верхних и нижних конечностей). Изучение элементов техники у неподвижной опоры (бортик бассейна), с подвижной опорой (доска для плавания), без опоры. Плавание в полной координации в сочетании с дыханием. Ознакомление с самобытными и комбинированными способами плавания (ныряние и передвижение под водой, прикладные прыжки в воду, плавание в ластах). Освоение прикладных упражнений плавания.
Тема 38 Формирование индивидуальных маршрутов физической подготовки с использованием средств плавания.	Профилактика профессиональных заболеваний. Производственная физическая культура в рабочее время. Физическая культура рекреационной и фоновой направленности в режиме самостоятельных занятий. Составление и выполнение комплексов упражнений профессионально-прикладной направленности с использованием средств плавания. Разработка индивидуальных программ оздоровительного плавания.

Название дисциплины	Философия
Кафедра	Кафедра философии
Цель освоения дисциплины	Дать студентам базовые философские знания, сформировать навыки философского осмысления мировоззренческих проблем.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Предмет философии	Понятие мировоззрения и его структура. Становление философии. Специфика философских проблем. Предмет философии в историческом развитии. Философия, искусство, религия, наука: сравнительный анализ. Научные, философские и религиозные картины мира.
Тема 2 Структура философского знания	Онтология, гносеология, логика, этика, эстетика в структуре философского знания. Функции философии. Основные направления, школы философии.
Тема 3 Философия Древнего Востока	Специфика индийской философии: традиционные и нетрадиционные школы. Натурфилософские и социально-этические школы Древнего Китая.
Тема 4 Античная философия	Античный полис и своеобразие философской культуры. Натурфилософия. Софисты и Сократ: проблема человека. Платон и Аристотель: основные онтологические парадигмы. Проблемы этики в эллинистических школах. Неоплатонизм.
Тема 5 Философия Средневековья	Специфика средневековой культуры. Религия, теология и философия. Апологетика, патристика, схоластика.
Тема 6 Философия Возрождения	Ренессанс и гуманистическое мировоззрение. Натурфилософские учения. Социальная философия.
Тема 7 Философия Нового времени	Научная революция и проблема познания в философии. Рационализм, Декарт, Спиноза, Лейбниц, Гегель. Эмпиризм: Бэкон, Локк. Агностицизм: Беркли, Юм, Кант. Онтологическая проблема: варианты решения. Человек, общество, культура.

Тема 8 Современная философия	Основные проблемы и направления современной философии. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Глобализация с точки зрения социальной синергетики.
Тема 9 Русская философия	Социокультурные условия развития русской философии и ее своеобразие. Проблемы истории, общественного идеала, нравственности. Славянофильско-западническая дискуссия и русская идея. Русский персонализм: Н.Бердяев, Л.Шестов. Традиции русского космизма.
Тема 10 Проблема бытия	Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Понятия материального и идеального. Пространство и время. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности.
Тема 11 Проблема познания. Философия и методология науки	Сознание и познание. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Искусство спора, основы логики. Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Эмпирическое и теоретическое исследование. Роль творческого воображения. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника.
Тема 12 Проблема человека	Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Сознание, самосознание и личность. Личность в поисках смысла жизни. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести.
Тема 13 Социальная философия	Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Человек в системе социальных связей. Специфика социальной реальности. Функции социального идеала. Человек и исторический процесс: личность и массы, свобода и необходимость. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Проблема прогресса: технический и духовный прогресс. Социальная философия о характере исторического процесса. Культура и история. Культура и цивилизация. Будущее человечества, глобальные проблемы современности, взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Название дисциплины	Философия предпринимательства и технологии стартапа
Кафедра	Кафедра экономики предпринимательства
Цель освоения дисциплины	Формирование предпринимательского мышления, способности к разработке стартапов, предпринимательских проектов и деловой коммуникации.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Предпринимательство и его особенности. Философия предпринимательства как особого вида экономической деятельности	Объект и предмет изучения дисциплины. Цели и задачи курса. Результаты обучения. Тематический план и методические материалы, необходимые для освоения курса. Оценка результатов обучения. Системное мышление как soft skill современного профессионала. Предпринимательство: виды, особенности, типология, причины провала и успеха. Инновации в предпринимательской деятельности: сущность, типология, способы коммерциализации инноваций. Предпринимательство как объект, функция, процесс, проект. Внешняя и внутренняя среда предпринимательского проекта. Бизнес-модель предпринимательского проекта: ее назначение, элементы, типовые блоки. Функции предпринимателя. Риски предпринимательства и методы управления ими. Ключевые факторы успеха предпринимательского проекта. Бизнес-процесс: сущность, виды, функции руководителя процесса,

	ресурсы процесса. Товар как результат бизнес-процесса и его виды, особенности продуктов и услуг, их трансформация по этапам жизненного цикла. Проект - сущность, особенности реализации, HADI- цикл - технология проверки гипотез при планировании предпринимательского проекта.
Тема 2 Философия и технология разработки стартап-проекта	Модель развития потребителей и технология выявления потребителей. проблемы верификации потребителей и перманентное изменение бизнес-модели. Стартап как путешествие героя. Формирование команды стартапа.
Тема 3 Предпринимательское мышление - основа новаторства и саморазвития	Современный рынок труда и особенности его трансформации. Предпринимательское мышление: талант или технология, значение для современного человека. Развитие предпринимательской деятельности в современной экономике, использование предпринимательского мышления в личной и профессиональной сферах. Системный подход к проектированию инновационного предпринимательского проекта. Гибкие методы проектирования инновационных проектов. Плюсы и минусы командной работы. Команда проекта, ее признаки. Состав команды, роли (психологические, функциональные), минимальная команда проекта. Принципы и этапы командообразования, стимулирование командной работы. Шаблон личной карьеры. Анализ личных и карьерных целей. Планирование личностного развития как инновационного проекта.
Тема 4 Поиск предпринимательской идеи и анализ условий ее реализации	Технология поиска бизнес-идей: этапы поиска, подсказки потребителя, модификация товара, модификация бизнес-модели, изучение трендов. Оценка рыночного потенциала. Анализ условий ведения бизнеса. Основные законы и направления контроля предпринимательской деятельности, сертификация и лицензирование, саморегулируемые организации, инфраструктура поддержки предпринимательства. Критерии выбора идеи для реализации.
Тема 5 Особенности реализации предпринимательского проекта	Выявление и анализ стейкхолдеров, организация деловых коммуникаций с ними. Взаимодействие с органами государственного управления. Регистрация, реорганизация и ликвидация бизнеса. Контроль за субъектами предпринимательства, виды ответственности предпринимателя. Взаимодействие с контрагентами. Взаимодействие с банком: расчетно-кассовое обслуживание, кредитование, дополнительные сервисы. Договора с клиентами и поставщиками. Оферта и ее существенные условия. Взаимодействие с персоналом. Оформление трудовых отношений с сотрудниками. Взаимодействие с инвесторами. Поиск и анализ инвесторов, представление проекта инвесторам и общественности.
Тема 6 Технология стартапа и формирование нового ценностного предложения	Философия стартапа - проработка стандартных ошибок при создании и реализации стартап-проектов. Выявление и развитие потребителей как основа успешности стартап-проектов. Развитие позиционирование продукта и компании - формирование инновационной бизнес-модели компании и нового продукта.

Название дисциплины	Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью
Кафедра	Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
Цель освоения	подготовить обучающихся к выбору и использованию современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессиональной

дисциплины	деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
Тема 1 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью: актуальные тенденции и перспективы развития	Введение в цифровые коммуникации
Тема 2 Digital-инструменты в рекламе и связях с общественностью	Рекламные и PR-технологии в сети Internet
Тема 3 Основы построения системы цифровых коммуникаций организации	Характеристика цифровой коммуникационной системы
Тема 4 Параметрическая оценка эффективности digital-коммуникаций	Критерии эффективности цифровых коммуникаций
Тема 5 Сетевые сообщества и блоггинг. Комьюнити-менеджмент	Блоги и социальные сети в рекламе и связях с общественностью
Тема 6 Сетевой текст. Контент-маркетинг.	Электронный бизнес, интернет-маркетинг и связи с общественностью
Тема 7 Цифровые продукты и визуальная интернет-культура	Цифровая коммуникация бизнеса

Тема 8 Корпоративный сайт. Структура сайта. Поисковая оптимизация	Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций
Тема 9 Цифровая реклама	Преимущества и недостатки. Разновидности цифровой наружной рекламы
Тема 10 Social Media Marketing. SMM-менеджмент	Инструменты продвижения в сети Internet
Тема 11 Разработка и продвижение цифровых проектов	Цифровые инструменты реализации проектной деятельности