

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ»  
(Б.1.1.1)**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций:

- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение основами речи, ее видами, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения (ПК-5);
- владение базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с историей русского литературного языка, культурой русской речи и риторикой.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на практических занятиях при ответах на вопросы преподавателя, при проверке подготовленных заданий и письменных тестовых промежуточных опросов. Итоговая форма контроля – экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»  
(Б.1.1.2)**

Дисциплина «Иностранный язык» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой иностранных языков.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций, то есть владения одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с обучением основам грамматики, навыкам, обеспечивающим коммуникацию общего характера (повседневного общения); умением извлекать информацию из профессионально-ориентированных и специальных текстов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подсчета среднего балла (учитывая оценки за все занятия в период с предыдущей контрольной точки), промежуточный контроль в форме письменного или устного опроса и рубежный (итоговый) контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 16 зач. ед., 576 ч. Программой дисциплины предусмотрены: практические занятия (208ч.), самостоятельная работа студента (242 ч.), итоговый контроль (126 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ» (Б.1.1.3)**

Дисциплина «Отечественная история» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием исторического сознания студентов, их ценностных ориентаций, а также комплексного представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации на основе осмысления опыта истории, восприятия идей гуманизма, патриотизма, уважения прав человека и демократических ценностей. В структуру дисциплины входят такие разделы, как предмет, значение, периодизация, историография и источники Отечественной истории; история Киевской Руси; история Московского государства в XIV – XVII вв., история Российской империи в XVIII – XIX вв.: попытки модернизации и промышленный переворот; особенности экономического и социально-политического развития страны в начале XX в.; история Советской России; становление и развитие Российской Федерации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (58 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КУЛЬТУРОЛОГИЯ» (Б.1.1.4)**

Дисциплина «Культурология» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой отечественной истории и культуры.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенции:

– владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

– умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

– использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

– способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

– обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

– способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием системных представлений о культуре как сложном социокультурном явлении, раскрытием и обоснованием методологических основ, понятийного аппарата культурологии. Рассматриваются проблемы типологии культуры, специфики восточного и западного типов культур, места и роли России в мировой культуре, а также основные тенденции современного культурного развития.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в устной форме, промежуточный контроль в форме компьютерного тестирования или в письменной форме с использованием заданий различного уровня сложности и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета (устное собеседование).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ» (Б.1.1.5)**

Дисциплина «Психология» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления (ФЭУ) кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5);

– обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

– обладание базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);

– обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

– способность проводить эмпирические исследования в области психологии, понимать результаты эмпирических исследований в этой сфере и применять их на практике (ПК-11);

– способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способность к выработке нестандартных решений (ПК-18);

– владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация), владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

– способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

– способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

– способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

– способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

– владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

– Владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с психологическими закономерностями развития и функционирования психики, личности, групп и коллективов, процесса межличностного взаимодействия. Содержание включает общие понятия психологии. Изучению подлежат познавательные процессы личности, ее эмоционально-волевая сфера, индивидуально-типологические особенности, внутригрупповые процессы, основы общения и межличностных отношений, методы и методики психологических исследований. Включена тематика прикладных отраслей психологии и вопросы истории ее развития.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, тренинги, деловые игры, самостоятельная работа студента, консультации, тьюторство, научно-исследовательскую деятельность студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса или тестов, промежуточный контроль в форме теста, выполнения творческого задания, отчета по проведенному научному исследованию и рубежный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИОЛОГИЯ» (Б.1.1.6)**

Дисциплина «Социология» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой социологии.

Дисциплина нацелена на частичное формирование таких общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК), как

– владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

– умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способности анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– обладать способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, касающихся основ общесоциологической теории, способствующих формированию у студентов научных представлений об обществе как сложной социальной системе, о его базовых структурах, о различных процессах и явлениях общественной жизни. Данные знания являются необходимыми в организационно-управленческой и проектной деятельности бакалавров.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия и самостоятельную работу студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме коллоквиума по пройденным темам, промежуточный контроль в форме письменной работы по лекционному материалу и рубежный (итоговый) контроль в форме устного зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ФИЛОСОФИЯ» (Б.1.1.7)**

Дисциплина «Философия» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на ФЭ факультете кафедрой философии.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

– владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

– умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

– осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

– использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

– способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с исследованием системных универсальных связей и отношений всеобщего мира.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа, консультации студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточный контроль в форме тестирования и рубежный (итоговый) контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч.. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (36 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА» (Б.1.1.8)**

Дисциплина «Экономика» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой Общей экономической теории.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

– владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

– способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

– использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

– способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

– способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

– способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

– умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с экономическими системами общества и законами их движения.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, коллоквиумы, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования; промежуточный контроль в форме письменной работы по пройденному материалу; рубежный (итоговый) контроль в форме письменной экзаменационной работы по пройденному материалу (ответы на теоретические вопросы и решение задач).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет: 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВЕДЕНИЕ» (Б.1.2.1)**

Дисциплина «Правоведение» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);



- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умение использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с развитием правосознания студентов, их готовности и стремления действовать в соответствии с правовыми нормами в своей трудовой, профессиональной и частной жизни. В структуру дисциплины входят такие разделы, как общая теория права и государства, основы конституционного права РФ, а также основы гражданского, семейного, трудового, административного, уголовного, экологического, информационного права РФ.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса; промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы и решения задач; итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (58 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИТОЛОГИЯ» (Б.1.2.2)**

Дисциплина «Политология» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология, право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с политической сферой общественной жизни: политология как общая интегративная наука о политике во всех ее проявлениях, ее взаимодействии с личностью и обществом; виды и формы власти, ее функциональная значимость для жизнедеятельности общества; политическая власть, ее методы и ресурсы; политика как всеобщее организационное и контрольно-регулятивное начало жизнедеятельности общества, ее функции; политические субъекты и объекты; факторы, влияющие на политическое поведение личности, организованные и стихийные формы политического поведения; государство как политический институт, его признаки и функции; государство и гражданское общество; правовое государство; механизм формирования и функционирования политической элиты; политическое лидерство; политические партии и партийные системы; функционирование политической системы в обществе; политический режим и его типы; политические идеологии; политическое развитие и политическая модернизация, кризисы политического развития и пути их преодоления.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного *процесса*: лекции (вводная, информационная, обзорная, проблемная, лекция-визуализация), семинары (семинары-беседы, семинары-дискуссии, семинары-конференции), деловые игры, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; промежуточный контроль в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; итоговый контроль (зачет) в форме устного опроса, тестовых заданий (выходной тест).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (Б.1.2.3)**

Дисциплина «Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой (кафедрами) «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций и профессиональных компетенций выпускника:

– уметь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

– использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– понимать сущность и значение информации в развитии информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– знать свои права и обязанности как гражданина своей страны; уметь использовать ГК РФ, другие правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы демократии (ОК-17);

– осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

– реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

– осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

– владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.) (ПК-24);

– организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных средств рекламы (ПК-28).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами информационного права; феноменом информации, сущностью и содержанием информационных правоотношений; различными правовыми режимами информации; регулированием рекламной деятельности и ответственности в области информационных отношений.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, коллоквиумы, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, промежуточный контроль в форме творческих заданий и письменных контрольных работ и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета в IV семестре и экзамена в V семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зач. ед., 216 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (38 ч.), практические занятия (48 ч.), самостоятельная работа студента (94 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ» (Б.1.2.4)**

Дисциплина «Современные международные отношения» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);
- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с генезисом теории международных отношений; с основополагающими концепциями международных отношений в XX - XXI вв., с проблемами глобализации, геополитики; с направлениями внешней политики РФ; с возрастающей ролью энергетического, экологического, информационного факторов в международных отношениях. Рассматриваются вопросы связанные с современными отношениями и перспективами отношений России с ЕС, СНГ, США, КНР, Индией, АСЕАН, исламскими странами, странами Африки и Латинской Америки. Позиции России в международных организациях.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса (собеседование), семинарских занятий; промежуточный контроль в форме тестирования, проверки индивидуальных заданий, рефератов и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (60 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ» (Б.1.3.1)**

Дисциплина «История русской литературы» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Учебный курс представляет обобщённую характеристику развития русской литературы с древности и до наших дней и включает литературоведческое обозрение важнейших памятников древнерусской письменности, произведений отечественной словесности. Изучение дисциплины способствует формированию общекультурных представлений и знаний будущих специалистов по связям с общественностью. Использование знаковых художественных феноменов и стилевых явлений прошлого в качестве ретрокоммуникативных элементов воздействия на общественное сознание является ведущей тенденцией современных коммуникаций. Знание истории отечественной литературы – это залог общей культуры бакалавра.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

– владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг тем и вопросов, связанных с историей русской литературы от её зарождения до современности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на практических занятиях при ответах на вопросы преподавателя, при проверке подготовленных заданий и письменных тестовых промежуточных опросов. Итоговая форма контроля – экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (22 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ» (Б.1.3.1)**

Дисциплина «Религиоведение» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций:

– владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

– способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

– владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

– владением навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с историей религии, религиоведческого знания и законодательства в сфере религиозной деятельности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на практических занятиях при ответах на вопросы преподавателя, при проверке подготовленных заданий и письменных тестовых промежуточных опросов. Итоговая форма контроля – зачёт.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (22 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ» (Б.1.3.2)**

Дисциплина «История зарубежной литературы» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Учебный курс представляет обобщённую характеристику развития зарубежной литературы с древности и до наших дней. Особое внимание уделено изучению основных направлений мировой литературы (классицизм, романтизм, критический реализм, модернизм, постмодернизм и др.). В рамках курса проводится концептуальная характеристика различных видов и форм современной художественной литературы зарубежных стран, развивающейся под знаком футурологического кризиса постмодернизма.

Изучение дисциплины способствует формированию общекультурных представлений и знаний будущих специалистов по связям с общественностью. Использование знаковых художественных феноменов и стилевых явлений прошлого в качестве ретрокоммуникативных элементов воздействия на общественное сознание является ведущей тенденцией современных коммуникаций.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг тем и вопросов, связанных с историей зарубежной литературы от её зарождения до современности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на практических занятиях при ответах на вопросы преподавателя, при проверке подготовленных заданий и письменных тестовых промежуточных опросов. Итоговая форма контроля – зачёт.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ»  
(Б.1.3.2)**

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- владение основами речи, ее функциональными стилями, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения (ПК-5);
- владение базовыми навыками литературного редактирования текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы (ПК-6).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с функциональной стилистикой русского языка, нормативностью русской речи и основами литературного редактирования.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на практических занятиях при ответах на вопросы преподавателя, при проверке подготовленных заданий и письменных тестовых промежуточных опросов. Итоговая форма контроля – экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ИСТОРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ»  
(Б.1.3.3)**

Дисциплина «История предпринимательства в России» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с зарождением и развитием отечественного предпринимательства, его характерными чертами, а также связью с законодательной и политической средой в различные исторические периоды. Основное внимание сосредоточивается на таких вопросах, как эволюция сословной и профессиональной организации деловых кругов, отношения делового мира с правительственной властью и рабочим классом; внутренний мир российской предпринимательской среды. В структуру дисциплины входят следующие разделы: предпринимательство в средневековой Руси (IX–XVII вв.); развитие отечественного предпринимательства в XVIII в.; характерные черты российского предпринимательства в первой половине XIX в.; российское предпринимательство в эпоху капиталистической модернизации страны (вторая половина XIX – начало XX вв.); судьба предпринимательства в советской России и возрождение российского предпринимательства в конце XX в.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА» (Б.1.3.3)**

Дисциплина «Основы социального государства» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология, право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций и профессиональных компетенций выпускника:

– владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);



– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: становление идей о социальном государстве; современные концепции социального государства; историческая практика реализации идей социального государства; понятие социального государства, его сущность, принципы, функции; основные модели социального государства (на примере мирового опыта); конституционное закрепление принципов социального государства в зарубежных странах; гражданское общество и социальное государство в зарубежных странах; социальное государство как основа российского конституционализма; проблемы реализации принципов социального государства в РФ; социальное рыночное хозяйство в развитых странах как ресурсная база социального государства; основные тенденции формирования в России социального рыночного хозяйства; понятие правового социального государства, его признаки и функции; проблема формирования правового государства и правовое регулирование социальных функций государства в РФ; социальная политика государства, ее сущность, субъекты, функции; механизм реализации функций социального государства в РФ; социальная ответственность органов власти, бизнеса, гражданина.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (вводная, информационная, обзорная, проблемная, лекция-визуализация), семинары (семинары-беседы, семинары-дискуссии, семинары-конференции), самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, тестовых заданий; промежуточный контроль в форме устного опроса, письменной контрольной работы; итоговый контроль (зачет) в форме устного опроса, тестовых заданий (выходной тест).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (38 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭТНОЛОГИЯ» (Б.1.3.4)**

Дисциплина «Этнология» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением теоретического народоведения, формированием основ межкультурной коммуникативной компетенции и навыков управления этническими процессами. В структуру дисциплины входят такие разделы как: этнология как наука; межэтнические отношения; межкультурная коммуникация; национальная этническая политика.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ» (Б.1.3.4)**

Дисциплина «История отечественной журналистики» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

– владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5);

– обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением исторического опыта отечественной журналистики с XVIII в. по настоящее время. В структуру дисциплины входят такие разделы как: предмет, периодизация и источники отечественной журналистики; отечественная журналистика XVIII-п.п.XIX вв.; журналистика России вт.половины XIX-начала XX вв.; развитие советских СМИ в период с 1917 по 1956 гг.; советская журналистика в 1956-1985 гг.; современная российская журналистика.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ЛОГИКА» (Б.1.3.5)**

Дисциплина «Логика» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– способность к восприятию, обобщению, анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– умением логично верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5)

– способность использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук в их причинно-следственных взаимосвязях при решении профессиональных задач (ОК -9)

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ОК -10)

– способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК -11)

– способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12).

– способностью разрабатывать стратегию и тактику рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий (ПК-14).

Содержание дисциплины Логика отражает сложный, многогранный феномен духовной жизни человечества, связанный с зарождением и развитием принципов и правил мышления. Современная логика включает в себя логику формальную и логику диалектическую. Формальная логика изучает законы унификации языка, обуславливающие логическую правильность мышления систематизирует важнейшие логические операции, оперируя понятиями, суждениями и умозаключениями. В рамках данного подхода анализируются основные законы мышления: тождества, противоречия и исключенного третьего, также типичные ошибки, совершаемые в процессе мышления – алогизмы. Стержнем формальной логики стали теории дедукции и индукции. Исследование логических

связей и отношений, лежащих в основе выводов, привело к широкому применению методов так называемой символической, или математической логики. Диалектическая логика изучает законы развития человеческого мышления. К ним относятся объективность и всесторонность рассмотрения предмета, принцип историзма, раздвоение единого на противоположные стороны. Диалектическая логика служит методом познания диалектики объективного мира.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (72 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» (Б.1.3.5)**

Дисциплина «Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность» является частью Гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1)
- способность использовать основные методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач (ОК-9),
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13).
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с зарождением и развитием представлений, концепций, теорий раскрывающих закономерности функционирования и развития мировой экономики и внешнеэкономической деятельности конкурирующих стран в процессе международной экономической интеграции. В рамках данного подхода анализируются сущность и содержание таких процессов как: специализация и кооперация производства, международная торговля, международное передвижение капитала и рабочей силы, международное разделение труда, международная торговля, регулирование международной торговли на национальном и международном уровнях в рамках формирования мирового хозяйства. Основное внимание сосредоточивается на вопросах оптимизации участия России в международном разделении труда и значению внешней торговли для экономики Российской Федерации в динамике глобализации мирохозяйственных связей. В структуру дисциплины входят разделы посвященные вопросам

иностранных инвестиций, бегства капиталов, значение ТНК как субъекта международных экономических отношений.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (72 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА» (Б.2.1.1)**

Дисциплина «Математика и статистика» является частью математического и естественнонаучного цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой высшей математики.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

– владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

– способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с применением математических методов и методов статистики при анализе общественных явлений, решением задач прикладной экономики.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опроса, промежуточный контроль в форме контрольной работы или компьютерного тестирования и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета.

Самостоятельная работа студента проверяется на основе расчетно-графических работ (типовых расчетов).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (110 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА»  
(Б.2.1.2)**

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» является частью математического и естественнонаучного цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на Факультете экономики и управления кафедрой Менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

– стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

– способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

– способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

– обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

– обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

– способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с понятием и характеристиками программного обеспечения ПК; понятием и характеристиками системных программ; обработкой различной информации с использованием офисных приложений; основами работы в глобальных и локальных сетях, Web-дизайн.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические работы, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточный контроль в форме тестирования и выполнения самостоятельной работы и рубежный (итоговый) контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зач. ед., 216 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (130 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ЭКОЛОГИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ»  
(Б.2.2.1)**

Дисциплина «Экология природопользования» является частью математического и естественнонаучного цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- умением логично верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК -2);

- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

- владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

- способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

- владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: предмет экологии, связь и противоречия между экономикой и экологией, проблемы и задачи экологии; биосфера и человек; глобальные проблемы окружающей среды; экологические принципы рационального использования природных ресурсов и охраны природы; основы экономики природопользования; основы экологического права; международное сотрудничество в области окружающей среды; экологическое сознание человека и общества.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, неигровые и игровые формы обучения, проектная форма, технология Case Study (кейс метод), самостоятельная работа студента, консультации по проектным работам.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме оценки работы на семинарских и лекционных занятиях, устного опроса (собеседования); промежуточный контроль в форме тестирования, реферата, устного опроса (собеседования), подготовки и участия в деловых играх; рубежный (итоговый) контроль в форме: устного ответа по вопросам зачета, итогового тестирования, защита проектных работ.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед. 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (14 ч.), самостоятельная работа студента (44 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»  
(Б.2.3.1)**

Дисциплина «Интернет-технологии в рекламно-информационной деятельности» является частью математического и естественнонаучного цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с применением современных интернет-технологий, локальных и глобальных компьютерных сетей в рекламно-информационной деятельности, эффективным осуществлением поиска информации в Интернете, проектированием и созданием web-сайтов, использованием инструментов электронной коммерции.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме самостоятельного анализа студентом предложенной практической ситуации; промежуточный контроль в форме компьютерного тестирования с использованием системы «Бумеранг» и самостоятельного выполнения практического задания по теоретическому материалу, изученному студентами с начала семестра или с момента предыдущего контроля; рубежный (итоговый) контроль в форме компьютерного тестирования с использованием системы «Бумеранг» с последующим выполнением комплексного практического задания по дисциплине.



Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (60 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ» (Б.2.3.1)**

Дисциплина «Концепции современного естествознания» является частью математического и естественнонаучного цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономике и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

- способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

- владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с естественнонаучным познанием окружающего мира, с фундаментальными законами природы, с естественнонаучными концепциями развития, с естественнонаучными основами современных технологий, энергетики и экологии, с установлением гармонии природы и человека.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекция, семинарские занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса (собеседование); промежуточный контроль в форме тестирования, проверки индивидуальных заданий, рефератов; рубежный (итоговый) контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (60 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ» (Б.3.1.1.1)**

Дисциплина «Основы теории коммуникации» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01)

«Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- владение основами речи, знание ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5);
- обладание базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием коммуникативной компетентности студентов, а также комплексного представления об исторических этапах становления теории коммуникации, основных понятиях и теориях коммуникативистики как базовой дисциплины в подготовке бакалавра в области рекламы и связей с общественностью. В структуру дисциплины входят такие разделы, как исторические вехи возникновения и развития коммуникации в обществе; коммуникационный процесс; типы коммуникации; содержание коммуникации; аудитория коммуникации и фигура коммуникатора; эффективность коммуникации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (58 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ» (Б.3.1.1.2)**

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с зарождением и развитием представлений, концепций, теорий раскрывающих закономерности функционирования и развития социальных коммуникаций в динамике технологических, межэтнических, рыночных и социально-культурных инновациях. В рамках данного подхода анализируются взаимодействие биосоциальных и социокультурных факторов взаимодействия людей на основе синтеза теории синергетики, естественного и социального разделения труда, закономерностей развития индивидуального и общественного сознания и культуры. Анализ эволюции социологических учений о природе и функциях массовой коммуникации осуществляется в онтологическом, гносеологическом и методологическом аспектах развития массовых коммуникаций. В структуру дисциплины входят разделы посвященные вопросам основным особенностям коммуникаций: публичности, открытости, асимметричности передающей и принимающей сторон, опосредованности контактов, специфики неосознанных потребностей и осознанных интересов в функционировании и развитии массовых коммуникаций общества.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зач. ед., 288 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (38 ч.), практические занятия (48 ч.), самостоятельная работа студента (166 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ» (Б.3.1.1.3)**

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

– способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

– способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

– способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);

– способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

– владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

– владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины включает общие понятия психологии массовой коммуникации. Изучению подлежат массовая коммуникация как сфера информационной деятельности, основные виды и цели массовой коммуникации. Изучаются средства и каналы массовой коммуникации, их психологические характеристики. Включена тематика личности коммуникатора, психология творчества в массовой коммуникации. Изучаются инструменты и процесс коммуникации, основные феномены массового сознания и массовой коммуникации, психология процесса коммуникации, включая внимание, восприятие, понимание, память. Рассматривается проблема эффективности массовой коммуникации, общественное мнение, массовое поведение и процесс глобализации массовой коммуникации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, тренинги, деловые игры, самостоятельная работа студента, консультации, тьюторство, научно-исследовательскую деятельность студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса или тестов, промежуточный контроль в форме теста, выполнения творческого задания, отчета по проведенному научному исследованию и рубежный контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (22 ч.), практические занятия (32 ч.), самостоятельная работа студента (54 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ» (Б.3.1.1.4)**

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11)

- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными положениями теории и практики массовой информации; социально-политическими, информационными и материально-техническими предпосылками возникновения, развития и совершенствования журналистики; структурой и типологическими характеристиками современных отечественных СМИ; направлениями массово-информационной деятельности, теорией и методикой журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламой и деятельностью структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; сущностью, структурой и условиями функционирования информационного рынка; направлениями и формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зач. ед., 216 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (38 ч.), практические занятия (50 ч.), самостоятельная работа студента (92 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ (РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ)»**

**(Б.3.1.2.1)**

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психологии и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1).

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих

структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК- 1).

– владение основами речи, знает её виды, правила речевого этикета и ведение диалога, законы композиции и стиля, приёмы убеждения (ПК-5).

– способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

– способностью реализовать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК- 12).

– владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК- 20).

– способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК- 23).

Содержание дисциплины предполагает усвоение студентами знаний в области рекламы, связей с общественностью и маркетинга. Иначе говоря, студенты должны получить глубокие знания в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Данная область предусматривает комплексное использование всего технологического инструментария для достижения целей коммуникации. Наряду с классической рекламой, размещённой повсюду, также используются продвинутые PR- технологии, прямой маркетинг, личные контакты и другие формы коммуникации с партнёрами.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса; промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы и решения задач; итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 7 зач. ед., 252 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (40 ч.), практические занятия (66 ч.), самостоятельная работа студента (110 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА» (Б.3.1.3.1)**

Дисциплина «Основы менеджмента» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрами (кафедрами) менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций:

– владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

– готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

– способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

– стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

– способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в

этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

- обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);
- знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17);

- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных, что специально подготовленные люди формируют организацию, ставят перед ней цели и задачи, обеспечивают посредством планирования достижение последних через эффективное управление людьми и ресурсами.

Функциональный аспект менеджмента предполагает в ходе управления выполнение следующих функций: прогнозирование, целеполагание, планирование, организовывание, координирование, учет, контроль, анализ и регулирование. Посредством выполнения этих функций менеджеры обеспечивают условия и организуют эффективное использование труда персонала, производственного аппарата, материальных и финансовых ресурсов организации.

Чтобы обеспечивать условия для эффективного и целенаправленного использования ресурсов организации в процессах производства товара или услуги, осуществления хозяйственной деятельности, необходимы люди, умеющие профессионально управлять организацией и претворяющие это умение на практике. Такие профессионально подготовленные люди, умеющие воздействовать на труд отдельного работника, группы и целой организации, являются менеджментом организации, эту категорию персонала называют менеджерами.



Менеджеры в организации взаимодействуют между собой посредством вертикальных и горизонтальных связей и образуют специфический орган – аппарат управления. Последний является составной частью любой организации, а задача работающих в нем людей состоит в обеспечении эффективности использования всех ресурсов для достижения целей организации.

Менеджмент выступает одновременно и как наука, и как искусство.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме написания реферата, промежуточный контроль в форме теста и рубежный (итоговый) контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зач. ед., 288 ч.. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (44 ч.), практические занятия (64 ч.), самостоятельная работа студента (108 ч.), итоговый контроль (72 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»  
(Б.3.1.3.2)**

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

– обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК- 6);

– способностью реализовать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК- 12);

– владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК- 13);

– способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК- 18);

– способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК- 23).

– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК- 27);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с получением знаний и выработкой необходимых навыков у студентов в области технологий рекламной и PR-деятельности. В процессе обучения студент получить глубокие знания и приобрести практические навыки конкретной деятельности в рекламных агентствах и отделах по связям

с общественностью. Для этого необходимо изучить особенности рекламной деятельности, роль рекламных агентств в рекламной деятельности, типы рекламных агентств и т.д. Важная роль здесь отводится также изучению теории и практики связей с общественностью, организации специальных мероприятий, организации и проведению PR- кампаний, механизма взаимодействия СМК с рекламными агентствами и отделами по связям с общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы и решения задач; итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зач. ед., 216 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (36 ч.), практические занятия (48 ч.), самостоятельная работа студента (96 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА» (Б.3.1.4.1)**

Дисциплина «Основы маркетинга» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой (кафедрами) менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- умение использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления

их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

- способность реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

- обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31)

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением теоретических положений маркетинга, и овладение инструментарием маркетинга, что является достаточно сложной задачей, поскольку рынок характеризуется неоднозначностью действий и поведения участников рыночных отношений. Используя методы, принципы, разнообразные инструменты маркетинга в комплексе, необходимо свести неопределенность к некоторому оптимуму и разработать соответствующую программу действий в тактическом и стратегическом плане. Основными задачами курса являются изучение принципов, процедур и методов маркетинга, методики исследования отдельных элементов маркетинга, применение теоретических знаний в практических ситуациях, а также анализ специфики маркетинга в информационной сфере. Содержание курса основывается на системе знаний в области экономической теории, математики, статистики, информационных технологий.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студента, консультации, курсовое проектирование).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме написания реферата, промежуточный контроль в форме теста и рубежный (итоговый) контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зач. ед., 288 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (40 ч.), практические занятия (50 ч.), самостоятельная работа студента (162 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ» (Б.3.1.4.2)**

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки

031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

- способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

- умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

- обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

- способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

- способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

- владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением методов сбора, систематизации, отображения и анализа данных по разным аспектам маркетинговой деятельности, т.е. изучением функции обеспечения связи с рынками и потребителями, посредством информации, подготовкой специалистов по рекламе и связям с общественностью к деятельности по информационному обеспечению принятия стратегических и оперативных решений, снижению уровня неопределенности результатов профессиональной деятельности, составлению прогнозов развития рыночной конъюнктуры, дается классификация методов маркетинговых исследований и перспектив их применения в практической деятельности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студентов, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подготовки докладов, промежуточный контроль в форме анализа анкет и результатов исследований, выполнения творческих заданий и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета (письменное тестирование с последующим собеседованием).

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (16 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## «БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

### (Б.3.1.4.3)

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

– владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

– способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

– использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

– способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

– способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

– владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

– способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

– умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

– способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с проблемами безопасности человека и среды обитания; воздействия негативных факторов на человека и среду обитания; защиты человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения; обеспечения комфортных условий для жизни и деятельности человека; психофизиологической и эргономической основы безопасности; чрезвычайных ситуаций и методами защиты в условиях их реализации; управления и правового регулирования безопасностью жизнедеятельности

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекция, семинарские занятия, практикумы, тренинги и обучающие игры, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме ответа, общетеоретических вопросов и задания с открытой формой ответа (устно, письменно), подготовка к практикумам, тренингам и обучающим играм; промежуточный контроль в форме тестирования, контрольной работы; рубежный (итоговый) контроль в форме устного ответа по вопросам зачета, итогового тестирования.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед. 72 ч.. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (14 ч.), самостоятельная работа студента (44 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ» (Б.3.2.1.1)**

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология, право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);
- знание истории и основных теории менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль,

принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знание основы бизнес-процессов (ПК-17);

– способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

– владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

– владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

– способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

– способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

– способность реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

– способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: коммуникационный менеджмент как раздел теории управления, система управления, деятельность; предмет, объект и субъект коммуникационного менеджмента, его задачи; субъекты и объекты коммуникации; особенности целевых групп коммуникационного менеджмента; коммуникативный процесс и его составляющие: производство информации, ее распространение, прием и использование; содержание деятельности коммуникационного менеджмента; типы коммуникации; особенности внешних коммуникационных систем; вербальные и невербальные средства коммуникации; управление внутренней коммуникацией организации; управление внешней коммуникацией; методы развития коммуникационных систем организации; коммуникационный менеджмент в PR-деятельности; виды и средства публичной коммуникации; особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях; коммуникативная политика организации; коммуникационный менеджмент как процесс построения корпоративной культуры; коммуникационный менеджмент как процесс создания имиджа; кризисные коммуникации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (вводная, информационная, обзорная, проблемная, лекция-визуализация), семинары (семинары-беседы, семинары-дискуссии, семинары-конференции), мастер-класс (деловая игра, создание и презентация проектов, кейс-анализ), самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: 1) текущий контроль успеваемости в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; 2)

промежуточный контроль в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; 3) итоговый контроль (экзамен) в форме устного опроса, тестовых заданий (выходной тест).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 ч.. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (24 ч.), практические занятия (48 ч.), самостоятельная работа студента (72 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ БРЕНДИНГА» (Б.3.2.1.2)**

Дисциплина «Основы брендинга» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- обладает пониманием основ маркетинга и менеджмента (ПК-16).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с определением понятия «бренд» и отличием его от торговой марки и других смежных понятий; механизмами формирования брендов и предпочтений по отношению к ним со стороны потребителей; общими принципами создания иерархии (архитектуры) брендов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, организацию деловой игры, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса и командного выполнения творческого задания, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (14 ч.), самостоятельная работа студента (44 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (Б.3.2.1.3)**



Дисциплина «Психология рекламной деятельности» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления (ФЭУ) кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций:

– владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

– умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

– способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);

– умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

– стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

– умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

– осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

– способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

– способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

– знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

*профессиональных компетенций:*

– способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

– способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

– способность под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

– владение основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);
- обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);
- умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);
- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);
- способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);
- владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);
- владение навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины включает формирование основных понятий психологии рекламы, рекламной деятельности, рекламного влияния. Изучению подлежат теории рекламного влияния, механизмы управления вниманием потребителя, законы забывания рекламы, роль эмоций при восприятии и принятии рекламной продукции, технологии воздействия на мотивационно-потребностную сферу потребителя, психотипы потребителя рекламной продукции, развитие отношения к рекламе, методы и методики психологических исследований рекламы.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, тренинги, деловые игры,

самостоятельная работа студента, консультации, тьюторство, научно-исследовательскую деятельность студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса или тестов, промежуточный контроль в форме теста, выполнения творческого задания, отчета по проведенному научному исследованию и рубежный контроль в форме зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (16 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (Б.3.2.1.4)**

Дисциплина «Социология рекламной деятельности» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой социологии.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций:

- владения культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способности анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- профессиональных компетенций:
- способности под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- способности проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- умения использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);
- способности организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);
- способности организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);
- способности подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);
- способности собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с системой функционирования рекламной коммуникации, ролью социологических данных в практике

рекламной деятельности, основными социологическими методами информационного обеспечения рекламной кампании.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, коллоквиумы, мастер-классы, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, промежуточный контроль в форме письменных домашних заданий и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (16 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» (Б.3.2.1.5)**

Дисциплина «Разработка и технология производства рекламного продукта» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете Экономики и управления кафедрой Связи с общественностью, политологии, психологии и право.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций выпускника:

– владение культурой мышления, способностью к общению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

– Умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5)

– способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

– способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-16);

– способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

– способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Курс базируется на обобщении теоретических разработок по данной проблематике, существующих в профессиональной литературе, носит проблемный и прикладной характер, призван научить студентов системному подходу к разработке рекламы, познакомить студентов с принципами и приемами разработки креативной стратегии рекламной компании и сформировать навыки их применения; дать представление о полиграфических технологиях производства рекламного продукта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса, промежуточный контроль в форме письменной контрольной работы и рубежный (итоговый) контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зач. ед., 252 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (36 ч.), практические занятия (50 ч.), самостоятельная работа студента (94 ч.), итоговый контроль (72 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ» (Б.3.2.1.6)**

Дисциплина «Основы медиапланирования» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

– владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

– способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

– умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

– способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, раскрывающие определение понятия «медиапланирование», его цели и задачи; информационное обеспечение медиапланирования; целевой группы в медиапланировании; количественные характеристики медиаплана; подготовка и составление медиаплана; организация отношений между СМИ и рекламодателями по поводу размещения рекламы; специфические целевые группы и ситуации (особенности медиапланирования); эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекция, семинарские занятия, практикумы, тренинги и обучающие игры, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме ответа, общетеоретических вопросов и задания с открытой формой ответа (устно, письменно), подготовка к практикумам, тренингам и обучающим играм; промежуточный контроль в форме тестирования, контрольной работы; рубежный (итоговый) контроль в форме устного ответа по вопросам зачета, итогового тестирования.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед. 72 ч Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **«БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»**

### **(Б.3.2.2.1)**

Дисциплина «Бизнес-планирование» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владением культурой мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с: современной методологией бизнес-планирования; сущностью и необходимостью планирования бизнес-процессов; формами и методами планирования; анализом типичных ошибок в бизнес-планировании.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, деловые игры, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса и командного выполнения творческого задания, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (20 ч.), самостоятельная работа студента (70 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА»**

#### **(Б.3.2.2.2)**

Дисциплина «Корпоративная культура» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– Владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1)

– готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

– Способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность умением критически оценивать свои достоинства и недостатки (ОК-4);

– Способность использовать основные методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач (ОК-9),

- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с зарождением и развитием представлений, концепций, теорий раскрывающих закономерности функционирования и развития социально-культурных коммуникаций. В рамках данного подхода анализируются сущность и содержание таких понятий как: «производство», «труд», «культура», «личность». Основное внимание сосредоточивается на вопросах оптимизации взаимодействия субъектов производственной деятельности в рамках взаимозаменяемых концепций «корпоративная культура», «организационная культура» и «культура организации». Исследование исторических и социокультурных особенностей взаимодействия управляющих и управляемых в рамках конкретного производства осуществляется в контексте анализа социально-экономического и этнокультурного развития общества и эволюции представлений о методах, способах и формах формирования чувства идентичности работника и корпорации. В структуру дисциплины входят разделы посвященные вопросам методологии и методики диагностики и оценки корпоративной культуры, а также способам создания условий для раскрытия потенциала личности работника посредством созидания ценностей необходимых для развития корпорации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч.. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (14 ч.), самостоятельная работа студента (44 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ» (Б.3.2.2.3)**

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в бизнесе» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете Экономики и управления кафедрой Связи с общественностью, политологии, психологии и право.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- базовые навыки медиапланирования (ПК-8);
- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельность по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации,

продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

– способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

– способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33).

Курс базируется на обобщении теоретических разработок по данной проблематике, существующих в профессиональной литературе, носит проблемный и прикладной характер, призван дать слушателям необходимые знания и навыки по важнейшим аспектам деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Основная цель курса - изучение слушателями места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение слушателями основных приемов создания рекламного сообщения.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса, промежуточный контроль в форме письменной контрольной работы и рубежный (итоговый) контроль в форме экзаменов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (26 ч.), самостоятельная работа студента (66 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ» (Б.3.2.2.4)**

Дисциплина «Иностранный язык профессионального общения» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой иностранных языков.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных компетенций, то есть владения одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с овладением лексическим минимумом и основами профессиональной коммуникации; способностью понимать и составлять деловую документацию на иностранном языке; овладением информацией о странах изучаемого языка.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подсчета среднего балла (учитывая оценки за все занятия в период с предыдущей контрольной точки), промежуточный контроль в форме письменного или устного опроса и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета или экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 17 зач. ед., 612 ч. Программой дисциплины предусмотрены: практические занятия (224 ч.), самостоятельная работа студента (262 ч.), итоговый контроль (126 ч.).



**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»**  
**(Б.3.2.2.5)**

Дисциплина «Государственное и муниципальное управление» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология, право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

– владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

– умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

– осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– знание своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со сферой государственного и муниципального управления: понятие государственного управления и его специфика в РФ; система федеральных и региональных органов государственной власти в РФ; проблема взаимодействия политической и административной элиты; политизация российской бюрократии и ее последствия для общества; государственная служба в РФ; лоббизм в органах государственной власти; проблема ответственности и контроля в системе государственного управления; реформирование системы государственного управления и перспективы дальнейшего развития; теоретические основы местного самоуправления; история местного самоуправления в России; понятие, субъект, объект, принципы местного самоуправления; организационная структура местного самоуправления; муниципальное управление и предметы муниципальной деятельности; информационное обеспечение муниципального управления; специфика и этапы процесса принятия политико-управленческих решений; проблема эффективности реализации политико-управленческих решений; связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления как целенаправленное взаимодействие структур органов государственного и муниципального управления (организаций и учреждений) с населением и общественными институтами.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (вводная, информационная, обзорная, проблемная, лекция-визуализация), семинары (семинары-беседы, семинары-дискуссии, семинары-конференции), мастер-класс (создание и презентация проектов), самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; промежуточный контроль в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; итоговый контроль (экзамен) в форме устного опроса, тестовых заданий (выходной тест).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (22 ч.), практические занятия (32 ч.), самостоятельная работа студента (54 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА И СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА» (Б.3.2.2.5)**

Дисциплина «Экономика и социология труда» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– Владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

– способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

– способность использовать основные методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач (ОК-9).

– способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

– способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12)

– умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14)

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с развитием представлений, концепций, раскрывающих закономерности функционирования и развития экономических отношений и роли труда как важнейшего фактора самоорганизации общества. Трудовые отношения являются объектом и предметом исследований социологов в динамике технологических, межэтнических, рыночных и социально-культурных инновациях. В рамках данного подхода анализируются феномен человека как субъект труда в системе социально-экономических отношений во взаимосвязи с такими категориями как: «производство», «культура», «личность», «самореализация». В структуру дисциплины входят разделы посвященные вопросам: социальных аспектов разделения труда; профессиональной стратификации, создания мотивации к трудовой деятельности и преодоление отчуждения отношения личности работника к труду. В ходе изложения материала раскрываются проблемы материального и морального стимулирования труда в процессах трудовой адаптации и разрешения трудовых конфликтов. Особое внимание

уделяется методологии и методике социологических исследований в сфере труда и предпринимательства и соответственно проблемам оптимизации трудовых отношений. Важнейшую роль в этом процессе исполняют институты государственного и профсоюзного регулирования.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (22 ч.), практические занятия (32 ч.), самостоятельная работа студента (54 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КОММЕРЧЕСКОЕ ПРАВО» (Б.3.2.2.6)**

Дисциплина «Коммерческое право» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с ознакомлением студентов с нормами, регулирующими отношения между субъектами рынка, в том числе некоммерческие отношения и отношения по государственному регулированию экономики в целях обеспечения интересов государства и общества; правовым регулированием профессиональной деятельности по производству товаров, работ, услуг с целью извлечения прибыли; отношениями по реализации товаров; хозяйственной деятельностью организационно - имущественного характера по созданию юридических лиц и управлением собственностью; государственным воздействием на субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность, а также с ознакомлением студентов с нормативными актами, регулирующими коммерческую деятельность в РФ.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме

контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС И ВЛАСТЬ» (Б.3.2.2.6)**

Дисциплина «Бизнес и власть» относится к вариативной части Профильного цикла дисциплин - дисциплины по выбору студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с правовыми формами взаимодействия бизнеса и власти, формальным и неформальным лоббизмом, конституционно-правовыми основами соответствующих общественных отношений; оценкой нормативно-правовых актов и практикой в сфере конституционно-правового регулирования предпринимательства и контроля над этой деятельностью; анализом нормативных и «теневых» каналов представительства частных интересов в деятельности публичных органов власти на предмет соответствия Конституции РФ и законам.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (Б.3.2.2.7)**

Дисциплина «Организация предпринимательской деятельности» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете Экономики и управления кафедрой Экономики и организации предприятия.

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17);
- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);
- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);
- владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);
- владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением теоретических и практических основ организации предпринимательской деятельности в современных условиях. Студенты получают знания в области организации собственного дела, регистрации предприятия, владения методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций, оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности и т.п.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, коллоквиумы, мастер-классы, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов, промежуточный контроль в форме тестов и практических заданий и рубежный (итоговый) контроль в форме тестов и практических заданий.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (58 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ И ЭТИКА ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ» (Б.3.2.2.7)**

Дисциплина «Психология и этика деловых отношений» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владением культурой мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);
- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с: новейшими и наиболее эффективными техниками и тактиками делового общения; диагностикой качеств и состояний деловых партнеров; актуальной темой самопознания и оценки собственных деловых качеств; различными техниками и технологиями общения; психокоррекцией деструктивных мотивов делового поведения.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, деловые игры, тренинги, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса и командного выполнения творческого

задания, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (58 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕССА» (Б.3.2.2.8)**

Дисциплина «Технологии переговорного процесса» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете Экономики и управления кафедрой Связи с общественностью, политологии, психологии и право.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6),
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

- способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацеленность на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26) .

Курс базируется на обобщении теоретических разработок по данной проблематике , существующих в профессиональной литературе, носит проблемный и прикладной характер, включает современные технологии проведения деловых переговоров, навыки установления контакта с оппонентами, выбор оптимальной модели вариантов слушания собеседника, основные правила и формулы ведения делового общения, приемы эффективных деловых коммуникаций, способы защиты от манипуляций, практические навыки речевой коммуникации, техники создания конструктивных отношений на переговорах и прогнозирование уровня доверия.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса, промежуточный контроль в форме письменной контрольной работы и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (58 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **«ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» (Б.3.2.2.8)**

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- владение культурой мышления, способностью к общению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5).
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-16);
- способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, касающихся выбора методов и инструментов организации эффективной рекламной деятельности по связям с общественностью на предприятиях и в организациях включая выбор и обоснование средств и времени рекламы, направлений и методов работы с общественностью, планирование рекламного процесса, разработку рекламных посланий, организацию мероприятий по связям с общественностью; раскрываются специфика рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью и условия их эффективного осуществления.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары(тренинги, ролевые игры), самостоятельная работа студентов, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме подготовки докладов, промежуточный контроль в форме анализа ситуаций (метод кейсов), выполнения контрольных заданий и тестов и рубежный контроль в форме зачета (письменное тестирование с последующим собеседованием).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (20 ч.), практические занятия (30 ч.), самостоятельная работа студента (58 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА» (Б.3.2.2.9)**



Дисциплина «Современная пресс-служба» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК- 1);

- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационно общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны ОК -11);

- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК -2);

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК- 3);

- владеть основами речи, знает её виды, правила речевого этикета и ведение диалога, законы композиции и стиля, приёмы убеждения (ПК- 5);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с функционированием двухсторонних коммуникаций между организацией (компания, фирма, государственная структура, партия и т.п.) и общественностью. Эту деятельность обеспечивает, в первую очередь, пресс-служба, как структурное подразделение компании, официально уполномоченное распространять информацию о её деятельности и координировать взаимодействие со СМИ. Пресс-служба осуществляет свою деятельность по трём основным направлениям: аналитическое, креативное и организационное. Пресс-служба – это «промежуточное звено» между компанией и внешними субъектами информационной деятельности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса; промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы и решение задач; итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (26 ч.), самостоятельная работа студента (66 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» (Б.3.2.2.9)**

Дисциплина «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению

подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций:

– умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

– владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

– способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

– владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

– владение основами речи, ее видами, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения (ПК-5);

– владение базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6).

– владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);

– способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);

– владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

– владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теорией и практикой написания рекламных и PR-текстов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия и семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Текущий контроль знаний студентов осуществляется на практических занятиях при ответах на вопросы преподавателя, при проверке подготовленных заданий и письменных тестовых промежуточных опросов. Итоговая форма контроля – экзамен.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (26 ч.), самостоятельная работа студента (66 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«КОНФЛИКТОЛОГИЯ»  
(Б.3.2.2.10)**

Дисциплина «Конфликтология» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология, право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);
- способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);
- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);
- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: исторические аспекты конфликтологии; объект и предмет конфликтологии; понятие конфликта и его сущность; основные свойства конфликта, его элементы, причины возникновения; общие позитивные и негативные функции конфликта; типология конфликтов; основные стадии развития конфликта; психологическая несовместимость людей как фактор конфликта; несовместимость темпераментов, врожденных качеств психотипов, приобретенных качеств характера, проблемы, связанные с гендерными, возрастными различиями; конфликтные личности, их типология; стратегии поведения в конфликте; внутриличностный конфликт, формы его проявления, способы предупреждения и разрешения; межличностные конфликты, причины их возникновения, типология, предупреждение и разрешение; конфликты в

группах, причины их возникновения, способы предупреждения и разрешения; конфликты и власть в организации, виды организационных конфликтов, причины их возникновения, способы предупреждения и разрешения; технологии (пути, способы, методы) управления конфликтами.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (вводная, информационная, обзорная, проблемная, лекция-визуализация), семинары (семинары-беседы, семинары-дискуссии, семинары-конференции), мастер-класс (деловые игры, тренинговые занятия, кейс-анализ), самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; промежуточный контроль в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; итоговый контроль (экзамен) в форме устного опроса, тестовых заданий (выходной тест).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (16 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ» (Б.3.2.2.10)**

Дисциплина «Инновационный менеджмент» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);
- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);
- способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с концепциями инновационного развития, методами генерации идей в процессе создания инноваций, управлением инновационными проектами и проектными командами, управлением инновационными изменениями.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары (с использованием case-study (кейсов), игровых технологий), самостоятельная работа студентов.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля:

текущий контроль успеваемости в форме опросов на семинарских занятиях по лекционному курсу, анализа и обсуждения кейсов, участия в деловых играх; промежуточный контроль в форме письменной аудиторной работы (анализ кейса, тест); рубежный контроль в форме написания итогового теста.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (16 ч.), практические занятия (16 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.), итоговый контроль (36 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ И ИНСТИТУТЫ» (Б.3.2.2.11)**

Дисциплина «Финансовые рынки и институты» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой Менеджмента и маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

- информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность (ОК-4);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- владение новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15).
- владение базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);
- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);
- способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением функционирования финансовых рынков и институтов, правовых основ функционирования и

структуры рынка ценных бумаг, экономической сущности и классификаций ценных бумаг, особенностей конкретных видов ценных бумаг, возможностей использования ценных бумаг в хозяйственной практике экономических субъектов, механизмов инвестирования в ценные бумаги, методов инвестиционного анализа и оценки финансовых рисков, связанных с ценными бумагами, тенденций и перспектив развития российского и международного финансовых рынков и институтов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, мастер-классы, дискуссии, самостоятельная работа студентов, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования по основным определениям и терминам, а также подготовки докладов, промежуточный контроль в форме решения задач и написания статей по основным темам дисциплины, и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета (письменное тестирование с последующим собеседованием).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (14 ч.), самостоятельная работа студента (44 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ» (Б.3.2.2.11)**

Дисциплина «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология, право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);

использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

обладание базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных

государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

умение осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

обладание пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

знание истории и основных теории менеджмента, владение основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знание основы бизнес-процессов (ПК-17);

способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

– способность участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

– способность к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

– способность реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

– способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

– способность организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);

– способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

– способность подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32).

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: понятие «кризис», его признаки, причины возникновения, типология; жизненный цикл организации и место кризисных ситуаций в нем; динамика кризиса, этапы развития кризиса; посткризисное

развитие организации; понятие «антикризисное управление» и его базовые положения; основные элементы методики антикризисного менеджмента; основные правила кризисного управления для PR-специалиста, типичные ошибки PR-специалистов в процессе антикризисного управления; диагностика внешней и внутренней среды организации, методы и пути предотвращения кризиса; основные действия PR-специалиста по созданию антикризисного плана; антикризисная команда, ее состав и действия до, во время и после кризиса; разработка антикризисной программы; рациональная организация кризисных коммуникаций; возникновение слухов и их влияние на протекание кризиса; контроль коммуникативных каналов во время кризиса; организация кризисной коммуникации со СМИ; методы реализации антикризисных мероприятий; психологические реакции на кризис персонала; антикризисное управление персоналом; коммуникации с персоналом во время кризиса.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции (вводная, информационная, обзорная, проблемная, лекция-визуализация), семинары (семинары-беседы, семинары-дискуссии, семинары-конференции), мастер-класс (деловые игры, создание и презентация проектов), самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; промежуточный контроль в форме собеседования, устного опроса, тестовых заданий; итоговый контроль (зачет) в форме устного опроса, тестовых заданий (выходной тест).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (14 ч.), самостоятельная работа студента (44 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ» (Б.3.2.2.12)**

Дисциплина «Налоги и налогообложение» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

– умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

– использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17);

– способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);



владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с концептуальными основами налогообложения, с проблемами налогового производства и налогового контроля, налоговой системы и налоговых платежей РФ. Раскрывается роль налогов в экономической системе общества, элементы налога, субъекты налоговых отношений, основы налогового права, система налогового законодательства РФ, налогового обязательства и его исполнение, налогового контроля. Рассматриваются действующие в Российской Федерации налоги, пошлины, сборы (налог на прибыль организаций, налог на добавленную стоимость (НДС), акцизы, налог на доходы физических лиц, единый социальный налог (ЕСН), имущественные налоги и прочие налоги и сборы), а также специальные налоговые режимы.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия (решение задач, проблемных ситуаций, case и др.), семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения индивидуальных заданий, рефератов, решение задач, case; промежуточный контроль в форме тестирования; рубежный (итоговый) контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» (Б.3.2.2.12)**

Дисциплина «Управление проектами в рекламной деятельности и связях с общественностью» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);
- способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);
- владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);
- способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с современной методологией управления проектом. Основное внимание сосредоточивается на таких вопросах, как определения и понятия проектов, как объектов управления; определения и понятия о субъектах управления и их инструментария; процессы и инструменты управления различными этапами и предметными областями проекта; историю и тенденции развития управления проектами. В структуру дисциплины входят следующие разделы: введение в управление проектами и управление проектами; инициация проекта; планирование проекта; выполнение, контроль и завершение проекта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, организацию деловой игры, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса и командного выполнения творческого задания, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ИМИДЖЕЛОГИЯ» (Б.3.2.2.13)**

Дисциплина «Имиджелогия» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК- 5);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК- 11);
- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК- 14);

– способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК- 30);

– способностью организовать и провести рыночные наблюдения, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК- 31).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с развитием коммуникативного пространства современного информационного общества. В современном коммуникативном пространстве всё большую роль играют «виртуальные» заменители реальности, одним из которых является «имидж». Сегодня создание позитивного имиджа любой организации или персоны является делом первостепенной важности. Поэтому очень важно сегодня, чтобы студенты приобрели глубокие знания в области имиджологии, понимании сущности феномена «имиджа» и самое главное, приобрели практические навыки и умения по формированию положительного корпоративного и персонального имиджа социальных субъектов.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса; промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы и решения задач; итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ РЕПУТАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА» (Б.3.2.2.13)**

Дисциплина «Основы репутационного менеджмента» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

– владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке целей и выбору путей её достижения (ОК- 1);

– умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

– способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

– способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

– умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

– способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с пониманием места и роли имиджа и репутации в современном бизнесе. Репутация представляет собой создавшееся общее мнение о достоинствах и недостатках данного субъекта, своего рода его характеристику, передаваемую из уст в уста. Отсюда идёт и демаркация репутаций – «плохая», «хорошая», «высокая», «низкая». Наши представления об эволюции и иерархии вышеназванных категорий выглядит как следующая цепочка: бренд – имидж – репутация. Репутация компании – это уровень доверия к ней её целевых аудиторий, лидеров мнений и общества в целом. Работа по выстраиванию и поддержанию репутации является функцией репутационного менеджмента, который обычно рассматривается как проведение мероприятий, направленных на формирование и поддержание благожелательного отношения общественности как организации.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и устного опроса; промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы и решения задач; итоговый контроль в форме зачёта.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ КОНСАЛТИНГА В БИЗНЕСЕ» (Б.3.2.2.14)**

Дисциплина «Основы консалтинга в бизнесе» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрами (кафедрами) «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятия информации, постановки цели и выбору пути ее достижения (ОК-1);
- использовать способности находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-4);
- использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- владеть знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, в коммуникационных агентствах (ПК-2);
- планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);
- использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);
- обладать базовыми навыками общения, умением устанавливать и поддерживать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных

государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

- обладать способностью обсуждения профессиональных проблем, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

- обладать пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

- владеть основными управленческими функциями и методами их реализации, знать основы бизнес-процессов (ПК-17);

- владеть способностью оперативного принятия решения, в том числе в кризисных ситуациях; выработки нестандартных решений (ПК-18);

- владеть способностью участия в управлении и организации работы внутренних отделов, служб фирмы, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

- владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-20);

- владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.) (ПК-24);

- принимать участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, СМИ; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

- владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением истории консалтинга и его разновидностей, знанием методик, техник и технологий оказания консультационных услуг коммерческим структурам.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, коллоквиумы, мастер-классы, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме собеседования, промежуточный контроль в форме творческих заданий и письменных контрольных работ и рубежный (итоговый) контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ» (Б.3.2.2.14)**

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является частью Профессионального цикла дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 031600 (42.03.01) «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой «Связи с общественностью, политология, психология и право».

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций выпускника:

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

- способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с: различными подходами к определению корпоративной социальной ответственности; определением социального учета (аудита) и его возможностей; выделением потенциальных преимуществ корпоративной социальной ответственности для бизнеса; направлениями деятельности в рамках корпоративной социальной ответственности и видами социальных программ.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, case-studies, тренинги, проблемное обучение, самостоятельную работу студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме устного опроса и командного выполнения творческого задания, промежуточный контроль в форме контрольной письменной работы (выполнения творческого задания), и итоговый контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 ч. Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (14 ч.), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (40 ч.).

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА» (Б.4)**

Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления кафедрой физического воспитания.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общекультурных компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК) выпускника:

- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

– использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

– владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16)

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с научно-практическими основами физической культуры и здорового образа жизни. Дисциплина формирует умение использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни; владение средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме сдачи установленных нормативов, промежуточный контроль в форме зачета и рубежный (итоговый) контроль в форме дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зач. ед., 400 ч. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия (400 ч.).