

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.1 ИСТОРИЯ РОССИИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е./ 135 астр.ч./180 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет, экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
	УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
	УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
	УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата
УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии	
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	УК-5.1. Анализирует мировоззренческие, социально и лично значимые философские, исторические и этические проблемы, использует положения и категории философии и истории для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений
	УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения
	УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач

Целью освоения дисциплины «История России» является формирование у обучающихся системы знаний о закономерностях, основных событиях, особенностях и персоналиях отечественной истории с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории, истории становления и развития государственности, общих духовно-ценностных ориентирах и историко-культурном наследии, основных политических и социально-экономических направлениях и механизмах, характерных для исторического развития; способность занимать активную гражданскую позицию.

Задачи дисциплины заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков обучающихся:

- гражданственности и патриотизма как уважения и преданности своему Отечеству, стремления служить национальным интересам России;
- знания движущих сил и закономерностей исторического процесса; места человека в историческом процессе и политической организации общества;
- развитию толерантности как понимания многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии, многовариантности исторического процесса;

- способности работы с разноплановыми источниками;
- способности к эффективному поиску информации и критике источников;
- развитию навыков исторической аналитики: способности на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;
- развитию умения логически мыслить, вести научные дискуссии;
- развитию творческого мышления, самостоятельности суждений, интереса к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению;
- способствовать формированию у студентов восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Содержание дисциплины

1	История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки
2	Особенности становления государственности в России и мире
3	Русские земли в XIII-XV веках и европейское средневековье
4	Россия в XVI-XVII веках в контексте развития европейской цивилизации
5	Россия и мир в XVIII веке
6	Россия и мир в первой половине XIX века
7	Россия и мир во второй половине XIX века
8	Эпоха новейшей истории. Россия и мир в первой половине XX века
9	Россия и мир во второй половине XX века
10	Россия и мир в XXI веке

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.2 ФИЛОСОФИЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-1	<p>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата</p> <p>УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и</p>

	категорий в их историческом развитии
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели
	УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	УК-5.1. Анализирует мировоззренческие, социально и лично значимые философские, исторические и этические проблемы, использует положения и категории философии и истории для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений
	УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения
	УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач

Целью освоения дисциплины «Философия» является создание у студентов целостного системного представления о мире и месте человека в нем, а также формирование и развитие философского мировоззрения; развивать у студентов интерес к фундаментальным знаниям; стимулировать потребность к философским оценкам исторических событий и фактов действительности; усваивать идеи единства мирового историко-культурного процесса при одновременном признании многообразия его форм; выработать адекватную современным требованиям методологическую культуру, которая позволяет применять научные, технические и гуманитарные знания как единый системный комплекс; помочь понять философско-мировоззренческий смысл профессиональной деятельности и её место в жизни человека.

Задачи изучения дисциплины «Философия»:

- понимание роли философии в формировании ценностных ориентаций в профессиональной деятельности;
- знакомство с интеллектуальными, нравственными, эстетическими, социальными, политическими ценностями в историко-философском и современном контекстах;
- выработка навыков самостоятельной оценки философских и научных течений, направлений и школ;
- формирование способности выявления сущностных аспектов различных проблем, что содействует более комплексному их пониманию, творческому и аргументированному решению;
- понимание проблем современной мировой и российской цивилизации, глобального характера основных проблем современности и перспектив их возможного решения;
- выработка способностей к самостоятельному мышлению, правильному построению своей мысли;
- выработка умения самостоятельно работать с научной литературой и другими источниками информации, библиографией, методической и справочной литературой, правильно составлять библиографический аппарат научной работы на основе практики работы с рефератами;
- способствовать самостоятельному формированию у обучающихся мировоззренческих ориентиров, ценностных установок, общекультурной самоидентификации;
- сформировать целостное представление о философии как системе знаний о мире в целом, об общих принципах и закономерностях бытия и познания, отношения человека к миру;

- стимулировать потребность обучающегося в духовном и интеллектуальном саморазвитии личности, профессиональном совершенствовании;
- составить представление об основных проблемах философии в их историческом развитии, предполагающих разнообразие подходов и их осмысления, об основных понятиях, законах и категориях философии, ее методах и языке;
- обозначить диалектическую связь философии с другими науками, их взаимное историческое и логическое взаимодействие.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Философия, ее предмет и место в культуре
2	Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии
3	Философская онтология
4	Теория познания
5	Философия и методология науки
6	Социальная философия и философия истории
7	Философская антропология
8	Философские проблемы современности и будущее цивилизации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.3 ИНФОРМАТИКА

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./ 108 астр.ч./144 акад.ч.
Место дисциплины в структуре образовательной программы:
 обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
	УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
	УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
	УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата
УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии	

Цель освоения дисциплины «Информатика»:

- получение фундаментальных понятий об информации, методах её представления, хранения, обработки и передачи;
- ознакомление с современными информационными технологиями;
- получение навыков грамотного и эффективного использования наиболее востребованных офисных приложений.

Задачи изучения дисциплины «Информатика»:

- привитие обучающимся четкого понимания значимости информационных и компьютерных технологий для успешного развития современного общества;
- развитие навыков самостоятельного поиска требуемых сведений в любых информационных массивах, с последующей их критической оценкой и применением для решения профессиональных задач;
- приобретение практических навыков использования современных персональных компьютеров.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Введение в информатику
2	Технические средства обработки информации
3	Программные средства обработки информации
4	Технологии подготовки текстовых документов
5	Технология подготовки компьютерных презентаций
6	Инструментарий и технологии решения задач в среде табличных процессоров
7	Системы управления базами данных
8	Основы защиты информации и информационной безопасности компьютерных систем
9	Компьютерные сети и Интернет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.4 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.
Место дисциплины в структуре образовательной программы:
 обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-8	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов) УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению

Целью освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является

формирование знаний о составе и свойствах основных опасных и вредных факторов природной и техногенной среды, механизмах их воздействия на организм человека, а также о методах и средствах защиты человека в условиях чрезвычайных ситуаций.

Задачи изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности персонала и населения;
- выявление основных свойств и параметров опасных и вредных факторов природной и техногенной среды и механизмов их воздействия на организм человека;
- отработка навыков использования методов защиты в производственных, бытовых условиях и в чрезвычайных ситуациях, улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
- выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению;
- сформировать навыки создания и поддержки в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Основы безопасности жизнедеятельности: основные понятия, термины и определения.
2	Правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности.
3	Человек и опасности техносферы. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания.
4	Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, социально-антропогенного и техногенного происхождения.
5	Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Гигиена труда и охрана здоровья.
6	Психофизиологические и эргономические основы безопасности.
7	Экстремальные и чрезвычайные ситуации. Методы защиты в условиях их реализации.
8	Управление безопасностью жизнедеятельности.
9	Задачи, принципы и объем первой медицинской помощи. Первая медицинская помощь при неотложных состояниях и несчастных случаях.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.5 КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата</p> <p>УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии</p>
УК-5	<p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-5.1. Анализирует мировоззренческие, социально и личностно значимые философские, исторические и этические проблемы, использует положения и категории философии и истории для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений</p> <p>УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения</p> <p>УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач</p>
ОПК-3	<p>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>

Целью освоения дисциплины «Культурология» является формирование у обучающихся целостного представления о культурологии как науке, о культуре как важнейшем факторе человеческого существования, универсальном способе отношения человека к миру, необходимом условии его социального, психологического и духовного развития, воспитания толерантности.

Задачи изучения дисциплины «Культурология»:

- содержание, структура и функции культуры, особенности ее исторического развития;
- природа социокультурных явлений и законов;
- умение творчески применять положения, принципы и выводы культурологии в своей профессиональной деятельности;
- учитывать при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения;
- придерживаться принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач;
- овладеть навыком восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Содержание дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Предмет и метод культурологии
2	Сущность и структура культуры
3	История культурологических учений
4	Социодинамика культуры
5	Типология культуры
6	Историческая типология культур. Этническое своеобразие культуры.
7	Основные формы культурной деятельности
8	Ценности и нормы в культуре
9	Культура и личность
10	Культура и глобальные процессы современности

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.6 ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННУЮ СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.
Место дисциплины в структуре образовательной программы:
 обязательная часть.
Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни:
	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей
	УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с определением необходимых ресурсов для их выполнения
ОПК-5	УК-6.3. Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей и требований рынка труда
	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-7	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
	ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
ПК-3	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель освоения дисциплины «Введение в коммуникационную специальность» - дать общие сведения о коммуникационных специальностях – рекламе и связях с общественностью, журналистике, медиакоммуникациях с учетом тенденции развития медиакоммуникационных систем, указать их отличительные особенности и специфику.

Задачи изучения дисциплины «Введение в коммуникационную специальность»:

- развить исходный уровень общепрофессиональных компетенций;
- дать базовые понятия и сформировать представление о коммуникационной сфере как отдельной сфере общественной и хозяйственной жизни;
- определить специфику и дать представление о спектре профессий в коммуникационной сфере, задать вектор профессионального развития;
- дать представления об особенностях реализации задач профессиональной деятельности в сфере прикладных коммуникаций в контексте цифровой трансформации и развития «сквозных» технологий.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Коммуникация как основа современного медиапространства.
2	Информация и коммуникация. Виды информации и технологии ее производства.
3	Понятие коммуникативной компетентности и коммуникативной личности.
4	Коммуникационная деятельность в системе современного научного знания.
5	Реклама и связи с общественностью в системе СМК (средств массовой коммуникации).
6	Реклама и связи с общественностью в комплексе ИМК (интегрированных маркетинговых коммуникаций).
7	Новые медиа, социальные медиа, интерактивные технологии коммуникации.
8	Структура рынка рекламы и PR
9	Профессиональные сообщества в рекламной и PR-отрасли.
10	Правовые и этические аспекты рекламы и связей с общественностью.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.7 ПРАВОВЕДЕНИЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	<p>УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели</p> <p>УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы</p>
УК-10	<p>Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности:</p> <p>УК-10.1 Знает принципы и организационные основы противодействия коррупции, экстремизму, терроризму в профессиональной деятельности;</p> <p>УК-10.2 Умеет анализировать факторы, способствующие коррупционному поведению, экстремизму, терроризму и коррупционным, экстремистским, террористическим проявлениям, а также способы противодействия им, способствующих коррупционному поведению и коррупционным проявлениям</p> <p>УК-10.3 Владеет методами поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов, направленных на противодействие коррупции, экстремизму, терроризму в области профессиональной деятельности</p>
ОПК-2	<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>

Целью освоения дисциплины «Правоведение» является получение обучающимися общеправовой подготовки и вооружение их знаниями, навыками и умениями решения профессиональных задач в точном соответствии с законом, а также воспитание у них гражданской зрелости и правовой культуры. Содержание дисциплины охватывает круг общетеоретических вопросов, представляющих собой принципиальную основу для изучения конкретных отраслей и институтов системы российского права, основных теоретических подходов к определению сущности и социального назначения государства и права, принципов и источников права, а также круг вопросов, охватывающий основы таких отраслей права как: конституционное право, гражданское право, семейное право, трудовое право, административное право, экологическое право, уголовное право.

Задачи изучения дисциплины «Правоведение»:

- дать представление об исторических и методологических основах правовой системы в Российской Федерации;
- формирование системы знаний о правовой системе Российской Федерации;
- формирование умений и навыков определения круга задач в рамках поставленной цели и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- формирование умений и навыков работы с нормативно-правовыми документами, регламентирующими различные области деятельности в Российской Федерации;
- формирование навыков работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами, направленными на противодействие коррупционному поведению.

Содержание дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Государство и право. Их роль в жизни общества.
2	Норма права и нормативно-правовые акты. Закон и подзаконные акты. Правоотношения: структура и виды.

№ n/n	Наименование разделов (тем)
3	Правонарушение и юридическая ответственность. Законность и правопорядок в современном обществе и государстве. Правовое государство.
4	Конституция Российской Федерации - основной закон государства. Правовой статус личности.
5	Основы конституционного строя. Федеративное устройство России. Система органов государственной власти в Российской Федерации.
6	Административные правонарушения и административная ответственность.
7	Понятие преступления. Уголовная ответственность за совершение преступлений.
8	Понятие гражданского правоотношения. Физические и юридические лица. Право собственности.
9	Обязательства в гражданском праве и ответственность за их нарушение.
10	Коррупция. Экстремизм. Терроризм. Место и роль антикоррупционной политики в становлении российского государства.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.8 ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И КУЛЬТУРА РЕЧИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах):
	УК-4.1. Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; соблюдает требования к деловой устной и письменной коммуникации
	УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках
	УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Цель освоения дисциплины «Деловые коммуникации и культура речи» - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по культуре речи, а также формирование у обучающихся системы базовых знаний и навыков для построения эффективных деловых коммуникаций.

Задачи изучения дисциплины «Деловые коммуникации и культура речи»:

- систематизация и углубление базовых знаний о современном русском литературном языке, культуре русской речи, нормах русского литературного языка, системе функциональных стилей;
- коммуникационные процессы управления;
- формирование представлений о речевом взаимодействии, основных единицах общения, принципах эффективной речевой коммуникации;
- повышение уровня практического владения устной и письменной формами современного русского литературного языка в разных сферах делового общения;
- формирование умений публичного выступления;
- развитие практических навыков ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонных разговоров;
- отечественный и зарубежный опыт проведения деловых встреч и переговоров;
- понимание роли невербальных коммуникаций в процессе делового общения;
- основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации;
- соблюдение требований к деловой устной и письменной коммуникации;
- представление своей точки зрения при деловом общении;
- изучение особенностей ведения переговоров и делового общения.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Предмет и задачи курса. Функциональные стили русского языка
2	Роль коммуникационного процесса в системе управления компанией сферы туризма и гостеприимства
3	Речевая и логическая культура ведения делового разговора
4	Документационное обеспечение делового общения
5	Невербальная культура делового общения
6	Деловая этика и деловой протокол
7	Методика и тактика проведения деловой беседы и совещания, деловых переговоров
8	Прием посетителей и проведение деловых телефонных переговоров
9	Особенности проведения деловых встреч с зарубежными компаниями
10	Корпоративная культура в организациях сферы туризма и гостеприимства

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.9 ПСИХОЛОГИЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде:
	УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
	УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения

	<p>других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p> <p>УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других</p> <p>УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы</p>
УК-6	<p>способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни:</p>
	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей</p>
	<p>УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с определением необходимых ресурсов для их выполнения</p> <p>УК-6.3. Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей и требований рынка труда</p>

Цель освоения дисциплины «Психология» – изучение общих основ психологических знаний, изучить взаимоотношения людей в процессе отдыха, исследовать мотивации, связанные с туристскими путешествиями и услугами; работа в команде; проявлять уважение к мнению и культуре других.

Задачи изучения дисциплины «Психология»:

- знакомство с основными понятиями общей психологии, психологии личности и социальной психологии, а также с методами психологической науки;

- представление различных точек зрения на сущность, природу и механизмы развития психологических феноменов и образований;

- формирование системы представлений об основных современных психологических школах и направлениях;

- умение самостоятельно работать с научной психологической литературой, сопоставлять точки зрения на различные дискуссионные вопросы;

- демонстрация возможности применения полученных психологических знаний на практике;

- расширение представления обучающихся об особенностях и возможностях собственной психики;

- овладение навыками осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;

- получение навыков управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Психология и ее место в системе наук. История развития психологического знания
2	Психика и организм. Структура психики
3	Психические познавательные процессы
4	Психические свойства личности
5	Проблема личности в психологии
6	Психология малых групп

№ п/п	Наименование разделов (тем)
7	Психология общения
8	Психологические основы профессионального общения в туризме и гостеприимстве
9	Психологические основы межкультурных коммуникаций

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.10 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Общая трудоемкость дисциплины составляет 17 з.е./459 астр.ч./612 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет/зачет с оценкой/ зачет/ экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах):
	УК-4.1. Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; соблюдает требования к деловой устной и письменной коммуникации
	УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках
	УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Целью освоения дисциплины «Иностранный язык» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования и овладение обучающимися необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции (понимаемой как способность и готовность осуществлять иноязычное повседневно-бытовое и профессиональное опосредованное и непосредственное общение с носителями языка в заданных программой пределах) для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Задачи изучения дисциплины «Иностранный язык»:

- формирование знаний, развитие навыков и умений во всех видах речевой деятельности (чтение, аудирование, говорение, письмо);
- формирование представлений, знаний о культуре страны изучаемого иностранного языка и развитие навыков и умений использовать полученные представления и знания в непосредственном и опосредованном иноязычном общении;
- формирование профессиональной компетентности обучающихся средствами иностранного языка путем извлечения профессионально-ориентированной информации из иноязычных источников;
- формирование навыков и умений, развитие способности к самостоятельной деятельности по изучению иностранного языка;
- формирование положительного отношения (мотивации) к изучению иностранного языка;
- формирование навыков осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке.

Содержание дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Careers in tourism
2	CV and how to pass an interview
3	Destinations
4	Types of tourism and reasons for travelling
5	Hotels and types of accommodation
6	Tour operators and travel agencies
7	Ruined holidays
8	Getting around Saint-Petersburg
9	Eating out
10	Holidays and traditions
11	Individual tour
12	History of tourism

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.11 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-9	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)

Целью освоения дисциплины «Экономическая теория» является формирование совокупности теоретических знаний, позволяющих понимать сущность и закономерности функционирования экономических систем, а также практических навыков по анализу факторов и результатов их развития.

Задачи изучения дисциплины «Экономическая теория»:

- знакомство с терминологией изучаемой дисциплины;
- воззрения ведущих представителей экономической мысли, внесших вклад в развитие экономической теории как науки;
- понимание особенностей функционирования различных типов рынков;
- формирование навыков самостоятельного анализа и оценки поведения экономических субъектов на различных типах рынков;
- понимание особенностей функционирования различных национальных экономик;
- формирование навыков принятия экономически обоснованных решений, обеспечения экономической эффективности деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности;
- формирование навыков использования методов личного экономического и финансового планирования, финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом);
- формирование навыков самостоятельного анализа и оценки макроэкономических показателей (объема производства, безработицы, инфляции).

Содержание дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Важнейшие экономические школы
2	Система производственных социально-экономических отношений. Экономическая сущность собственности, товара и денег
3	Общая характеристика рыночной экономики
4	Поведение потребителя в рыночной экономике
5	Поведение производителя в рыночной экономике
6	Система макроэкономических показателей
7	Совокупный спрос, совокупное предложение и равновесный объём производства
8	Экономический рост и цикличность развития
9	Государственное регулирование экономики. Денежно-кредитная и бюджетно-налоговая системы государства
10	Важнейшие экономические школы
11	Система производственных социально-экономических отношений. Экономическая сущность собственности, товара и денег

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.12 ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде:
	УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
	УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды
	УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других
УК-3.4. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы	

Цель освоения дисциплины «Теория менеджмента»:

- формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности;
- изучение основных положений общей теории управления и основ культуры, этики менеджмента;
- изучение методов планирования, организации (самоорганизации), мотивации и контроля, необходимые для эффективной управленческой деятельности;
- изучение методики принятия управленческих решений;
- приобретение навыков применения основ управления конфликтами и изменениями, распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- приобретение навыков внедрения в свою деятельность направлений и методов оценки и повышения эффективности управления в организации;
- приобретение навыков принятия оптимальных управленческих решений.

Задачи изучения дисциплины «Теория менеджмента»:

- анализ мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента;
- освоение обучающимися общетеоретических положений эффективной управленческой деятельности;
- формирование навыков осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;
- овладение обучающимися основными методами и приемами планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы;
- формирование навыков организации работы исполнителей, принятия решений об организации туристской деятельности;
- овладение обучающимися умениями и навыками практического решения управленческих проблем.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Введение в менеджмент. История управленческой мысли

№ п/п	Наименование разделов (тем)
2	Функции и методы менеджмента. Общие теоретико-методологические основы теории организации
3	Понятие организации, ее типы и модели. Законы и принципы организации
4	Методологические основы формирования структуры организации
5	Разработка управленческого решения
6	Развитие организации
7	Социально-психологические основы коммуникативного поведения личности в организации
8	Социально-психологические феномены групповой динамики
9	Конфликты в организации и управление поведением сотрудников в условиях конфликтной ситуации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.13 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е./ 162 астр.ч./216 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет, зачет с оценкой.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
	УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
	УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
	УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата
УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии	
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Цель освоения дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности»:

- изучение базовых теоретических положений в области информационных технологий менеджмента и формирование практических навыков решения задач управления с применением инструментальных вычислительных средств ПК, технологий и методов обработки информации.

– дать обучающимся более полное представление о процессах информатизации современного общества, сути, назначении и основных характеристиках информационных

систем и новых информационных технологий;

– освоить типовые компоненты информационных технологий, применяемые в производственной, управленческой и финансовой деятельности;

– изучить возможности применения информационных систем и технологий на предприятиях и в организациях (фирмах) для повышения эффективности управления, рационального использования имеющихся ресурсов, поиска и обоснования оптимальных решений по совершенствованию производства.

Задачи изучения дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности»:

– изучение структуры и классификации информационных систем, видов информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности;

– изучение и освоение технической базы, общесистемного и прикладного программного обеспечения экономических информационных систем и технологий;

– освоение методов и средств автоматизации задач управления;

– получение практических навыков использования современных средств и технологий с учетом основных требований информационных безопасности;

– знакомство с корпоративными информационными системами.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Информационные технологии: современное состояние, роль в бизнесе и тенденции развития
2	Моделирование бизнес-процессов. Управление данными. Управление знаниями и интеллектуальные технологии. Управление проектами.
3	Информационные технологии основных функций бизнеса
4	Информационные системы в управлении предприятием
5	Автоматизированные технологии формирования управленческих решений
6	Проектирование и организация информационных систем менеджмента
7	Интернет/Инtranet технологии в бизнесе, организация безопасности данных и информационной защиты

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.14 ПЛАНИРОВАНИЕ КАРЬЕРЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни: УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с определением необходимых ресурсов для их выполнения УК-6.3. Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей и требований рынка труда

Цель освоения дисциплины «Планирование карьеры»:

формирование у обучающихся комплекса представлений о принципах, механизмах, технологиях функционирования рынка труда, а также о системе взаимодействия работодателей в качестве потребителей рабочей силы, формирующих спрос на нее и работников в качестве участников рынка труда, формирующих предложение рабочей силы.

Задачи изучения дисциплины «Планирование карьеры»:

- овладение навыками управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- освоение практических технологий повышения персональной эффективности работника на рынке труда;
- формирование навыков определения целей и задач управления структурными подразделениями объектов туристской сферы;
- формирование навыков быстрого, четкого достижения поставленных целей карьерного роста и профессионального развития.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Введение в курс. Базовые понятия
2	Планирование карьеры на основе личностных особенностей
3	Управление временем как фактор повышения персональной эффективности.
4	Механизмы карьерного процесса
5	Принципы и методы работы с информацией о вакансиях на рынке труда
6	Деловое общение как фактор успеха в развитии карьеры
7	Стабильное финансовое благополучие как результат развития профессиональной карьеры

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.15 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
--	--

Цель освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» формирование теоретико-методологического базиса изучения социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин.

Задачи изучения дисциплины «Основы теории коммуникации»:

- раскрыть содержание социальной коммуникации и показать ее место в жизни общества;
- получить представление о междисциплинарном статусе теории коммуникации;
- выработать навыки практического применения полученных знаний в процессе планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Теория коммуникаций и коммуникативистика.
2	Определение, сущность и формы коммуникации
3	Современные теоретические концепции коммуникаций
4	Процессно-информационный подход к коммуникации
5	Семиотический подход к коммуникации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.16 ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-9	<p>Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности:</p> <p>УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике</p> <p>УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)</p>
ОПК-5	<p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов</p>

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Экономика организации» – формирование понимания сущности, закономерностей и механизмов функционирования современной организации в условиях рыночной экономики.

Задачи изучения дисциплины «Экономика организации»:

- понятийный аппарат изучаемой дисциплины;
- экономические основы поведения организаций;
- виды и сущность ресурсов организации, принятие управленческих решений по их эффективному использованию;
- расчеты экономических и финансовых показателей хозяйственной деятельности организации.

Содержание дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование разделов и тем</i>
Раздел 1. Организация в рыночной экономике	
1	Организация как хозяйствующий субъект рыночной экономики
2	Имущество организации
Раздел 2. Основы эффективного использования ресурсов организации	
2	Основные средства организации
4	Оборотные средства организации
5	Трудовые ресурсы организации
Раздел 3. Экономический механизм функционирования организации в условиях рынка	
6	Организация и управление операционной деятельностью и бизнес-процессами
7	Оплата и стимулирование труда
8	Качество и конкурентоспособность продукции (работ, услуг)
9	Планирование операционной деятельности организации
10	Себестоимость продукции (работ, услуг)
11	Ценообразование
Раздел 4. Эффективность хозяйственной деятельности организации	
12	Прибыль организации
13	Оценка эффективности хозяйственной деятельности организации
14	Управление развитием организации на основе инновационной деятельности

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.17 МАРКЕТИНГ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **7 з.е./189 астр.ч./252 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет, экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Маркетинг» - формирование системы знаний в области маркетинговой деятельности, необходимых для успешной практической профессиональной деятельности; анализ теоретических, методических, информационных и организационных основ маркетинга на современном этапе развития экономики, приобретение практических навыков в решении ситуационных задач и совершенствовании направлений деятельности предприятий; изучение методов проведения маркетинговых исследований и возможностей применения их в реальных условиях функционирования предприятий.

Задачи изучения дисциплины «Маркетинг»:

- освоить основной терминологический минимум;
- применять полученные знания в области маркетинговой деятельности для решения практических задач;
- изучить методы проведения маркетинговых исследований;
- получить практические навыки исследования товарных рынков, потребителей, конкурентов как объектов маркетингового внимания.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Основы современного маркетинга
2	Маркетинговые исследования: понятие, основные категории
3	Комплексное исследование товарных рынков
4	Информационное обеспечение и методы маркетинговых исследований
5	Разработка анкет и форм для записи наблюдений
6	Товарная политика в системе маркетинга
7	Коммуникативная политика в системе маркетинга
8	Сбытовая политика в системе маркетинга
9	Ценовая политика в системе маркетинга

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.18 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.**
Место дисциплины в структуре образовательной программы:
 обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности
	ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель освоения дисциплины «Теория и практика рекламы»: овладение базовыми знаниями по основам рекламы, усвоение знаний правовых и этических основ рекламной, формирование навыков и умений применения инструментов и технологий рекламы при решении конкретных коммуникационных задач; а также формирование у студентов целостного представления о рекламе и ее роли в жизни общества.

Задачи изучения дисциплины «Теория и практика рекламы»:

- применение полученных знаний в практической деятельности для решения профессиональных задач;

- определить место рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- сформировать представления об основных категориях, понятиях, классификациях;
- научить распознавать и использовать на практике различные каналы коммуникации;
- проанализировать рекламный процесс и его участников;
- сформулировать перспективные направления рекламной деятельности в современном мире;
- заложить основы этического подхода к профессии.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Понятие, сущность и виды рекламы. Роль рекламы в обществе
2	Современные тенденции развития рекламы за рубежом и в России
3	Рекламный процесс: понятие, структура и содержание. Психологические и социально-психологические основы рекламы
4	Средства распространения и размещения рекламы
5	Исследования в рекламе
6	Оценка эффективности рекламы
7	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций
8	Рекламные агентства и их функции
9	Креативные технологии разработки рекламного продукта

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.19 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни: УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет

	их на долго-, средне- и краткосрочные с определением необходимых ресурсов для их выполнения УК-6.3. Использует основные возможности и инструменты непрерывного образования (образования в течение всей жизни) для реализации собственных потребностей с учетом личностных возможностей и требований рынка труда
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

Цель освоения дисциплины «Теория и практика массмедиа»: сформировать системное представление о ключевых теоретических концепциях и практических реалиях деятельности масс-медиа в современном конвергентном информационном пространстве, а также ознакомить учащихся с теоретическими и практическими аспектами взаимодействия специалистов медиасферы и по связям с общественностью, рекламе и развить способности творческого использования полученных знаний в деятельности как в сфере медиа, так и СО и рекламы.

Задачи изучения дисциплины «Теория и практика массмедиа»:

- применение полученных знаний в практической деятельности для решения профессиональных задач;
- формирование навыка системного подхода при освоении и применении современных методов научного исследования, анализе научной информации необходимой для решения задач в предметной сфере профессиональной деятельности;
- ознакомление с основными подходами к изучению теории и практики массовой информации
- изучение основных закономерностей, лежащих в основе теории массовой информации.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Роль и значение массмедиа в современном дискурсе.
2	Рекламное дело и СМИ: история и современность.
3	Типология современных периодических изданий
4	Правовые основы средств массовой информации
5	Редакция СМИ как творческий коллектив
6	Методы сбора журналистской информации. Технология подготовки текста
7	Информационные жанры журналистики
8	Публицистические жанры журналистики
9	Имидж коммуникатора. Журналист, специалист СО, рекламист в медиасистеме: принципы взаимодействия.

АННОТАЦИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.20 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой
Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»: овладение базовыми знаниями теории и практики связей с общественностью, освоение информационных и социолингвистических технологий создания PR-текстов, а также оценочных ориентиров данных продуктов; формирование навыков и умений применения инструментов и технологий медиарилейшенз и медиапланирования.

Задачи изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»:

1. сформировать представления о функциях, задачах, сферах применения PR;
2. дать представление об основных направлениях работы PR-специалиста;
3. ознакомить с квалификационными характеристиками профессии;
4. раскрыть профессиональные и этические требования к специалисту по PR;
5. показать специфику работы подразделений по связям с общественностью в государственных структурах, общественно-политических организациях и в коммерческом секторе.

Содержание дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	PR-информация в публичных коммуникациях
2	Проблемы типологии и жанрообразования в письменных PR-коммуникациях
3	Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов
4	Жанровая характеристика комбинированных первичных PR-текстов
5	Социолингвистические основы публичных коммуникаций
6	Смежные и медиа PR-тексты
7	Медиарилейшенз и медиапланирование. Исследования в медиарилейшенз
8	Оценка эффективности медиарилейшенз. Стратегическое и тактическое медиапланирование
9	Медиаплан, принципы создания и документы медиапланирования. Компьютерные программы и системы для медиапланирования

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.21 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 з.е./324 астр.ч./432 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах):
	УК-4.1. Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; соблюдает требования к деловой устной и письменной коммуникации
	УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках
	УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Цель освоения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» охватывает круг вопросов, направленных на формирование и развитие лексических навыков: введение частотной тематической лексики по специальности, закрепление ее в диалогической и монологической речи; углубление знаний о вариативности языка и стилистических особенностях его функционирования; дальнейшее формирование и развитие грамматических навыков: тренировка языковых явлений, наиболее часто встречающихся в сфере деловой коммуникации; повышение уровня лексико-грамматической корректности иноязычной речи; развитие навыков чтения текстов рекламного-справочного характера, а также деловой документации, соответственно изучаемой тематике; развитие аудиоумений восприятия на слух иноязычной речи, звучащей в естественном темпе; овладение необходимым уровнем речевой культуры при ведении деловых переговоров; дальнейшее развитие языковой компетенции, под которой понимается способность использовать предлагаемые системно-морфологические образования и умение свободно оперировать языковыми средствами соответственно этике общения в сфере бизнеса.

Задачи изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере»:

- выработать у обучающихся потребность к самостоятельному, творчески активному подходу и осмыслению системы языковых, культурных и коммуникативных знаний;
- расширить и углубить лексический запас обучающихся;
- сформировать навыки аудирования, говорения и чтения, а также навыки письменной речи;
- сформировать навыки и умения, развить способности к самостоятельной деятельности по изучению иностранного языка;
- сформировать навыки осуществления деловой коммуникации в устной и

письменной формах на иностранном языке;

- отдельным модулем программы является модуль профессиональных терминов на английском языке

- овладение иностранным языком с учетом характеристики постоянных клиентов туристского предприятия на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	«What is PR?» / Что такое связи с общественностью
2	«PR vs Marketing»/ Связи с общественностью и маркетинг
3	«PR vs Advertising» /Связи с общественностью и реклама
4	«The Process of PR»/ Процесс связей с общественностью
5	«PR Tools» / Инструменты связи с общественностью
6	«How to create a successful PR campaign» / Организация успешной PR-кампании
7	«The History of PR» /История связей с общественностью
8	«Essential skills for a PR practitioner» / Необходимые навыки для специалиста по связям с общественностью

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.22 АНАЛИЗ ТЕКСТОВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е./135 астр.ч./180 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель освоения дисциплины «Анализ текстов массовой информации» - освоение обучающимися системы научно-практических знаний, умений и компетенций, связанных с функционированием и анализом текстов массовой коммуникации.

Задачи изучения дисциплины «Анализ текстов массовой информации»:

- критически анализировать и сравнивать материалы электронных СМИ;
- квалифицированно использовать результаты мониторинга и аналитических исследований в своей профессиональной деятельности;
- пользоваться базовыми компьютерными программами и онлайн-сервисами по мониторингу и анализу информации;
- организовать самостоятельный мониторинг и аналитические исследования газет, журналов, теле-и радиопрограмм, Интернет-СМИ.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Текст
2	Современный медиатекст.
3	Филологические методы анализа текста.
4	Социологические методы анализа текстов.
5	Психолингвистические методы.
6	Лингвистическая экспертиза текстов массовой коммуникации. Современные направления
7	Лингвистическая экспертиза рекламных текстов. Экспертиза товарных знаков.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.23 УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5 з.е./135 астр.ч./180 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет, экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и

	мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Управление проектами» - изучение базовых теоретических положений в области технологий управления проектом и формирование практических навыков решения задач управления проектом.

Задачи изучения дисциплины «Управление проектами»:

- повышение общей управленческой и предпринимательской культуры;
- изучение процессов планирования, анализа, оценки и реализации проекта;
- получение практических навыков планирования и реализации проекта.
- уметь планировать и выполнять учебный проект, используя оборудование, модели, методы и приёмы, адекватные исследуемой проблеме;
- овладение следующими навыками: выявлять и формулировать проблему; планировать этапы выполнения работ; выбирать средства реализации замысла, работать с разными источниками информации; обрабатывать информацию; структурировать материал; контролировать ход и результаты выполнения проекта; представлять результаты выполненного проекта; формулировать вытекающие из исследования выводы; ясно, логично и точно излагать свою точку зрения, использовать языковые средства, отражающие обсуждаемую проблему; использования инновационных технологий в ходе реализации проекта;
- осуществлять адекватную оценку своей деятельности и деятельности других участников;
- самостоятельно организовывать собственную деятельность, оценивать ее, определять сферу своих интересов.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Основы управления проектами
2	Разработка проекта. Детальное планирование проекта
3	Организация проекта. Управление содержанием проекта
4	Управление работами проекта
5	Управление финансами проекта
6	Управление рисками проекта
7	Управление качеством проекта
8	Управление сроками проекта
9	Оценка эффективности проекта
10	Компьютерные программные продукты для управления проектами

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.24 АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./ 108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Целью освоения дисциплины «Антикризисные коммуникации» формирование навыков и умений применения инструментов и технологий связей с общественностью в условиях кризиса базисного субъекта, формирование профессиональной компетентности, обеспечивающей готовность оперативно принимать решения в кризисных ситуациях.

Задачи изучения дисциплины «Антикризисные коммуникации»:

- ознакомление с основными категориями кризисных коммуникаций и методами их использования в зависимости от типа кризиса;
- определение стратегии кризисных коммуникаций в информационной системе предприятия, при планировании коммуникационных и рекламных кампаний;
- выработать практические умения и навыки применения технологий кризисных коммуникаций в информационной системе предприятия;
- выработать навыки анализа технологий кризисных коммуникаций в различных сферах медиакommunikации.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Кризис, основные методологические подходы.
2	Антикризисный менеджмент и антикризисные связи с общественностью
3	Типология кризисов
4	Целевые группы общественности в кризисе
5	Коммуникации с ЦГО в период кризиса. Каналы и месседжи.
6	Антикризисная программа
7	Докризис-кризис-посткризис.
8	Антикризисные коммуникационные действия в ситуации слияния/ поглощения бизнеса.
9	Специфика антикризисных пиар-действий в различных сферах деятельности.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.25 ОСНОВЫ ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./ 81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии
УК-4	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): УК-4.1. Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; соблюдает требования к деловой устной и письменной коммуникации УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Основы прикладных исследований»:

изучение основ научно-исследовательской работы и творчества, формирование навыков планирования исследований, сбора, анализа и обобщения информации, обработки, анализа и представления результатов исследований в виде прикладных отчетов, публикаций, презентаций.

Задачи изучения дисциплины «Основы прикладных исследований»:

- освоить теоретические знания по выполнению исследований;
- приобрести практические навыки по выполнению прикладных исследований;
- дать первичные навыки по сбору и анализу научного материала;
- дать представление о сущности и методологических основах исследования;
- познакомить с алгоритмами планирования, организации и реализации исследования, а также с особенностями написания различных видов текстов, оформления и представления результатов исследования, подготовки устного выступления;
- сформировать базовые практические навыки работы с научной литературой, библиографией, справочниками, базами данных, оформления результатов исследования, написания научного текста, подготовки устного выступления.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Методика выполнения исследований
2	Методическое и техническое обеспечение достижения конечного результата
3	Плановость и творчество в решении задач
4	Прикладное исследование в туризме и менеджменте и его методология
5	Информационное обеспечение исследовательского процесса
6	Способы активизации творчества
7	Понятие организации исследований для разработки ВКР, их планирование и эффективность
8	Общая характеристика основных разделов ВКР

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.1 СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах):
	УК-4.1. Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; соблюдает требования к деловой устной и письменной коммуникации
	УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках
УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении	
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности

ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель освоения дисциплины «Современный русский язык» - формирование представления о современном русском языке как универсальном средстве общения, обеспечивающем коммуникативные потребности индивидов, социальных групп и слоев российского общества в широчайшем спектре коммуникативных ситуаций; овладение стилистическими и прочими выразительными ресурсами современного русского языка; формирование устойчивой языковой и речевой компетенции в разных областях и ситуациях использования языка; повышение уровня владения речью и формирование коммуникативной компетентности студентов, обеспечение и углубление знаний о литературном языке, его стилях и средствах.

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть систему современного русского языка с точки зрения ее использования в процессе профессиональной деятельности;
- раскрыть принципы формирования норм современного русского языка;
- показать особенности письменной и устной речи в процессе личностной и профессиональной коммуникации.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Язык и речь. Национальный язык и его подсистемы
2	Языковая личность и речевая компетенция.
3	Лексика. Единицы лексики. Лексическая сочетаемость.
4	Лексические средства выразительности: фразеологизмы, пословицы, поговорки и т.п. Тропы.
5	Лексика ограниченного употребления.
6	Морфология современного русского языка.
7	Морфологические нормы. Грамматическая синонимия, антонимия, паронимия.
8	Синтаксис словосочетания, предложения, текста.
9	Типы предложений. Актуальное членение предложения. Текст, его единицы, структура

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.2 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Сервисная деятельность» - формирование базовых теоретических знаний и практических навыков в области оказания услуг в индустрии туризма и гостеприимства.

Задачи изучения дисциплины «Сервисная деятельность»:

- ознакомить обучающихся с основными понятиями, закономерностями и принципами сервисной деятельности;
- развить специфические профессиональные установки и способности взаимодействия с потребителями в процессе осуществления сервисной деятельности;
- обучить навыкам организации высококлассного обслуживания в туризме с позиции профессионально-этических требований и исторически сформировавшихся национальных традиций;
- сформировать навыки организации процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг;
- развить навыки выбора и применения клиентоориентированных технологий туристского обслуживания.

Содержание дисциплины

<i>№ n/n</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Сфера сервиса: основные понятия.
2	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
3	Исторические этапы развития сервисной деятельности.
4	Основы теории услуг и организации обслуживания.
5	Сервисная деятельность как процесс предоставления услуги.
6	Этика и психология сервисной деятельности.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.3 ОХРАНА ТРУДА И ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов) УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению

Целью освоения дисциплины «Охрана труда и техника безопасности» является формирование основ политики организации по безопасности труда; разработки режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала; приобретение обучающимися знаний и практических навыков расчетов продолжительности и интенсивности рабочего времени и времени отдыха персонала; освоение технологий управления безопасностью труда персонала; ознакомление обучающихся с основами оценки социально-экономической эффективности разработанных мероприятий по охране труда и здоровья персонала.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение нормативно-правовой базы безопасности и охраны труда;
- изучение основ оптимизации режимов труда и отдыха с учетом требований психофизиологии, эргономики и эстетики труда для различных категорий персонала;
- формирование этапов управления безопасностью труда персонала и умение применять их на практике, а также этапов повышения производительности труда за счет улучшения условий труда;
- формирование навыков создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций;
- формирование навыков обеспечения безопасности обслуживания потребителей и соблюдение требований норм и правил охраны труда и техники безопасности.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Основы трудовой деятельности человека и охраны труда персонала
2	Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных производственных факторов
3	Специальные вопросы обеспечения требований охраны труда
4	Принципы, методы и средства обеспечения безопасности и охраны труда
5	Правовые основы охраны труда
6	Основные требования охраны труда
7	Организация системы управления охраной труда в организации
8	Расследование несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Социальное страхование пострадавших

АННОТАЦИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.4 ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ В БИЗНЕСЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.
Место дисциплины в структуре образовательной программы:
дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Технологии продаж в бизнесе» - формирование у обучающихся знаний об основных понятиях в области технологии продаж, роли потребностей целевой аудитории, особенностей современных инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций и овладение соответствующей практикой.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование четкого представления о необходимости и роли процессов продаж;
- формирование навыков деловой коммуникации в процессе коммерческой деятельности;
- формирование навыков исследования рынка, организации продаж и продвижения;
- формирование навыков разработки и применения технологий обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Сбытовая деятельность фирмы

№ п/п	Наименование разделов (тем)
2	Основы поведения оптовых и розничных покупателей в процессе купли – продажи
3	Деловая коммуникация в процессе коммерческой деятельности
4	Телефонные переговоры о продажах.
5	Основные элементы процесса персональной продажи. Переговоры о продаже
6	Завершение продажи
7	Организация отдела продаж фирмы
8	Рынок Интернет-продаж. Продвижение товаров и услуг в Интернете

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.5 СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6 з.е./162 астр. ч./216 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина **части, формируемой участниками образовательных отношений.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Целью освоения дисциплины «Событийный менеджмент» является Формирование представлений о роли и специфике специальных мероприятий в интегрированных коммуникациях, реализации и оценки эффективности специальных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи изучения дисциплины «Событийный менеджмент»:

- формирование знаний о подходах и типологии и классификации специальных событий как коммуникационного инструмента;
- изучение этапов планирования, организации и проведения мероприятия, о мероприятии как части коммуникационной кампании;
- овладение современными технологиями разработки проектирования, организации и проведения событийных мероприятий;
- анализировать результаты/эффективность специального события;
- формирование навыков планирования, организации и проведения специальных событий: навыками распределения организационных функций, составления плана-графика мероприятия, бюджетирования мероприятия, подготовки документов (спонсорского пакета, информационного письма, приглашений, отчетов и др), навыками тематического и стилевого оформления площадок, подготовки полиграфической, призовой и иной необходимой для специального события продукции.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Введение в событийный менеджмент
2	Типологические характеристики специальных мероприятий
3	Коммуникационное продвижение специальных событий
4	Методы и специфика оценки эффективности специальных событий
5	Корпоративные мероприятия для внутренней аудитории
6	Принципы проведения мероприятий для СМИ
7	Специальные события в формировании бренда и имиджа организации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.6 УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5 з.е./135 астр.ч./180 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина **части, формируемой участниками образовательных отношений.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Управление человеческими ресурсами» - формирование знаний, умений и навыков, необходимых для организации системы управления персоналом, применения методов и создания технологий по использованию человеческих ресурсов.

Задачи изучения дисциплины «Управление человеческими ресурсами»:

- разработка и реализация системы управления персоналом, эффективное использование человеческих ресурсов;
- приемы и способы профессиональной ориентации, профессионального отбора, кадрового планирования, учета, стимулирования и мотивации, оценки, аттестации кадров, планирования деловой карьеры, анализа удовлетворенности трудом, стабильности кадров.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Управление человеческими ресурсами как наука
2	Современная концепция управления человеческими ресурсами
3	Система управления человеческими ресурсами в организации
4	Стратегия управления человеческими ресурсами
5	Формирование человеческих ресурсов
6	Использование человеческих ресурсов.
7	Развитие человеческих ресурсов
8	Удержание человеческих ресурсов в организации
9	Трудовые отношения в организации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.7 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **6 з.е./ 162 астр.ч./216 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина **части, формируемой участниками образовательных отношений.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Целью освоения дисциплины «Медиакоммуникации» является сформировать системное представление об актуальном состоянии современных медиакоммуникаций.

Задачи изучения дисциплины «Медиакоммуникации»:

- познакомить студентов с основными понятиями и терминами;
- познакомить студентов с основными вехами развития медиакоммуникации в социуме;
- дать представления о составляющих процесса медиакоммуникации.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Понятие медиакоммуникации
2	Медиакоммуникации и журналистика
3	Исторические модели массмедиа. Теории медиа
4	Массмедиа как система
5	Интернет-коммуникация. Сетевые СМИ
6	Медиакоммуникация и медиатекст
7	Новостной повод. Повестка дня
8	Корпоративная медиакommunikация
9	Глобальные и национальные модели медиакоммуникации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.8 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5 з.е./135 астр.ч./180 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина **части, формируемой участниками образовательных отношений.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Бизнес-планирование» состоит в формировании у обучающихся теоретических знаний в области планирования бизнеса, а также в развитии практических навыков, освоении приемов и методов разработки бизнес-планов для различных предпринимательских структур.

Задачами изучения дисциплины «Бизнес-планирование» являются:

- изучение теоретических основ бизнес-планирования;
- изучение специфики бизнес-планирования в российском предпринимательстве;
- анализ структуры бизнес-плана и содержания его разделов;
- овладение навыками самостоятельного анализа и разработки бизнес-плана.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Основы управления проектами. Системный подход к управлению проектами
2	Бизнес-планирование в современных социально-экономических условиях
3	Последовательность разработки и структура бизнес-плана
4	Понятие экономической эффективности инвестиционных проектов. Основные показатели эффективности инвестиционного проекта
5	Инвестиционная среда. Интересы инвесторов и кредиторов. Экспресс-анализ бизнес-плана
6	Себестоимость и ценообразование в процессе бизнес-планирования
7	Маркетинговые исследования в процессе бизнес планирования
8	Практические рекомендации по разработке бизнес-плана предприятий
9	Производственный и финансовый план предприятия

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.9 КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **8 з.е./216 астр. ч./288 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина **части, формируемой участниками образовательных отношений.**

Форма промежуточной аттестации – зачет, экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как

	сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта
--	--

Целью освоения дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг» является дать целостное представление о создании рекламных и PR-текстов как важном этапе разработки рекламного продукта и PR-материалов на основе творческой стратегии, представлений о функциональных, структурных и риторических особенностях медиатекстов в социокультурном и медиакультурном пространстве.

Задачи изучения дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг»:

- ознакомить обучающихся с основными принципами повествования в медиатексте, богатством выразительных повествовательных возможностей в разных стилях и жанрах с совмещением элементов из разных знаковых систем;
- дать ключевые понятия копирайтинга и спичрайтинга в разных медиа;
- сформировать у обучаемых систему ориентирующих знаний в области разработки и технологии производства контента;
- сформировать навыки, необходимые для создания рекламного и PR-текстов;
- сформировать навыки организации устного публичного выступления и подготовки к выступлению оратора.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Введение. Копирайтинг в системе подготовки профессионала рекламы и связей с общественностью
2	Копирайтинг и его основные понятия
3	История копирайтинга: зарубежный и российский опыт
4	Функциональные, риторические, стилистические особенности рекламного текста
5	Креативный аспект в рекламном копирайтинге
6	Творческий процесс создания PR-текстов
7	Дифференциация и специфика жанров рекламных и PR-текстов
8	Особенности создания текстов для наружной, печатной, аудиовизуальной рекламы
9	SEO-копирайтинг
10	Современное понятие спичрайтинга

АННОТАЦИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина **части, формируемой участниками образовательных отношений.**

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности:

	УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» - познакомить студентов с теоретическими представлениями об организации и работе отделов рекламы и связей с общественностью, с основными принципами организации информационно-аналитических отделов, PR-отделов, пресс-служб и практическими приемами по созданию отделов данного профиля в организациях разных типов.

Задачи изучения дисциплины «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью»:

- научить студентов строить организационные структуры отделов рекламы и связей с общественностью для организаций разных типов на основе научных принципов и современной практики,
- закрепить навыки и умения в исследовательском сегменте деятельности специалиста отделов рекламы и связей с общественностью,
- закрепить навыки и умения в аналитическом сегменте деятельности специалиста отделов рекламы и связей с общественностью,
- закрепить навыки и умения в творческом сегменте деятельности специалиста отделов рекламы и связей с общественностью.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Роль и функции отдела рекламы и связей с общественностью в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
2	Особенности работы отдела рекламы и связей с общественностью в государственных, некоммерческих и коммерческих организациях.
3	Регулятивная документация отдела рекламы и связей с общественностью
4	Взаимодействие отдела рекламы и связей с общественностью с другими подразделениями организации.
5	Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью
6	Бюджетирование работы отдела рекламы и связей с общественностью
7	Задачи отдела рекламы и связей с общественностью
8	Творческий сегмент в работе PR-отдела.
9	Оценка эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.11 ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./ 81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины «Интернет-журналистика» - сформировать у обучающихся представление об интернет-журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, о специфике работы специалиста по связям с общественностью с сетевыми СМИ.

Задачи изучения дисциплины «Интернет-журналистика»:

- формирование представления об основных службах и сервисах сети Интернет;
- формирование практических навыков работы с типовыми инструментальными и технологическими средствами создания элементов веб-сайтов;
- формирование знаний о методах обработки графических данных;
- формирование навыков в индивидуальной проектной деятельности.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Глобальная сеть Интернет. Информационные ресурсы сети Интернет.
2	Профессия журналиста в сетевых СМИ.
3	Общие свойства сетевых СМИ. Сетевые СМИ как часть медиасистемы.
4	Особые свойства сетевых СМИ.
5	Сетевые СМИ и различные сферы общественной жизни.
6	Основные проблемы, стоящие перед сетевыми СМИ.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.12 ПРАВОВОЕ И ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАССМЕДИА

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Цель освоения дисциплины «Правовое и этическое регулирование массмедиа» - знакомство студентов с основами российского законодательства, применяемого для регулирования медиа, юридическими документами и проблемами применения, а также системой саморегулирования в медиасреде; с основами и практикой правоприменения в сфере медиа; формирование целостного представления о процессах правового регулирования и систем саморегулирования медиадеятельности; формирование навыков правовой культуры.

Задачи изучения дисциплины «Правовое и этическое регулирование массмедиа»:

- научить студентов принципам правового регулирования рекламной и PR деятельности, значения норм права, морали и этики в регулировании информационного процесса;

- развитие навыков практического применения законодательства об информации, рекламе;

- изучение вопросов государственного регулирования и саморегулирования рекламной и PR деятельности; обучение практике правового самообразования, анализа деятельности контролирующих и судебных органов в сфере связей с общественностью и рекламы;

- выработка навыков проведения правового анализа при принятии решений в сфере будущей профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Источники законодательства о СМИ
2	Информационная безопасность
3	Свобода информации
4	Интеллектуальная собственность
5	Правовое регулирование рекламы
6	Защита детей от вредной информации в медиа
7	Защита чести, достоинства и деловой репутации
8	Неприкосновенность частной жизни
9	Профессиональная журналистская этика и предмет её регулирования

АННОТАЦИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.13 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОТРАСЛИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина **части, формируемой участниками образовательных отношений.**

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в отрасли» - усвоить основные цели, задачи, особенности и инструменты рекламы и связей с общественностью в отрасли.

Задачи изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в отрасли»:

- дать студентам системное представление об общественности и специфике PR-деятельности;
- формировать систему знаний и умений у студентов в области создания и управления коммуникативным пространством;
- заложить основы навыков реализации PR-технологий в социально-культурном сервисе и туризме;
- составить представление студентов о механизме управления PR-деятельностью;
- формировать у студентов умения разработать и реализовать программу PR-исследования.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Место и роль рекламы и связей с общественностью в бизнесе
2	Субъекты и объекты рекламы и PR в отрасли: принципы выделения
3	Государственное и негосударственное регулирование в отрасли. Кодексы этические в отрасли
4	Информационная политика и стратегия отраслевой структуры
5	Корпоративная идентичность отраслевой структуры
6	Результаты PR-деятельности в отрасли. История и легенда предприятия отрасли в формировании публичности и имиджа
7	Брендинг и ребрендинг предприятия отрасли
8	Контроль и оценка эффективности рекламы
9	Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.01.01 ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах: УК-5.1. Анализирует мировоззренческие, социально и личностно значимые философские, исторические и этические проблемы, использует положения и категории философии и истории для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Целью освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» является ознакомление обучающихся с основными историческими этапами и тенденциями становления отечественной и зарубежной рекламной и PR-деятельности.

Задачи изучения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью»:

- изучение принципов и функций связей с общественностью, истории возникновения рекламы и PR-сферы, особенности построения внешних и внутренних связей с общественностью, способы воздействия на общественное сознание в группах общественности;

- понимание роли PR-технологий и рекламы в управлении общественным мнением в коммерческой, политической, социальной сферах;

- навыками аналитической работы и методами научного исследования в сфере истории рекламы и PR;

- формирование навыков реализации знаний в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Введение. Природа и сущность рекламы. История рекламы и культура. История развития рекламы. Протореклама
2	Реклама в античном обществе. Социальные факторы формирования рекламы. Реклама в западноевропейской средневековой культуре
3	Европейская реклама в XIX веке

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
4	Реклама в США 19 – начала 20 века
5	История рекламы в России как часть истории мировой рекламы
6	Реклама советского периода (1917 – 1991). Российская реклама в конце XX - начале XXI века
7	Источники связей с общественностью в истории общества. Доисторический период (протопериод) паблик рилейшнз. Эпоха европейской колонизации Америки и американская революция (XVII-XIX)
8	История паблик рилейшнз как профессионально го вида деятельности: зарубежный опыт
9	Периодизация связи с общественностью в России

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.02 КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Целью освоения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность» является овладение современными концепциями управления компанией с позиции социально-ориентированного менеджмента и маркетинга, методами анализа и оценки

корпоративной социальной ответственности предприятия сферы туризма и гостеприимства.

Задачи изучения дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»:

- усвоение современных теоретических представлений о корпоративной социальной ответственности предприятия сферы туризма и гостеприимства, факторах и условиях, обеспечивающих эффективное формирование и управление корпоративной социальной ответственностью;

- овладение основами методологии и методики в области корпоративного социального учета, аудита и отчетности;

- приобретение базовых навыков практической работы в области развития и управления корпоративной социальной ответственностью;

- формирование навыков осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Введение. Понятие корпоративной ответственности
2	Развитие зарубежной корпоративной социальной политики
3	Развитие корпоративной социальной политики
4	Теоретические принципы корпоративной социальной политики
5	Корпоративная социальная политика и менеджмент предприятий сферы туризма и гостеприимства
6	Инструменты и направления корпоративной социальной политики
7	Макрорегуляторы социального развития предприятий и социальная отчетность
8	Внутренний и внешний контекст корпоративной социальной ответственности предприятий сферы туризма и гостеприимства
9	Оценка корпоративной социальной политики

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.02.01 БРЕНДИНГ В БИЗНЕСЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Целью освоения дисциплины «Брендинг в бизнесе» является формирование представлений о принципах и технологиях формирования брендов, понимания роли и предназначения брендов в коммерческой и некоммерческой деятельности, формирование социально-ответственной и профессионально-компетентной культуры управления активами торговой марки.

Задачи изучения дисциплины «Брендинг в бизнесе»

- приобретение концептуальных и методологических знаний о создании сильных брендов;
- усвоение навыков аналитической, креативной и инновационной деятельности при проектировании, продвижении и капитализации брендов, управлении брендингом в коммерческой и некоммерческой сфере;
- знакомство с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Основные характеристики и роль бренда
2	Разработка бренда
3	Концепция и стратегии управления брендом
4	Развитие бренда
5	Исследования бренда
6	Потребительское поведение и бренд
7	Планирование эффективных бренд-коммуникаций
8	Контроль кампании по формированию бренда и оценка ее эффективности

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.02.02 КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4 з.е./ 108 астр.ч./144 акад.ч.**

Место дисциплины в структуре образовательной программы: элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и

	(или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель освоения дисциплины «Корпоративная культура»:

- сформировать у обучающихся системный комплекс знаний, практических умений и навыков в сфере современных внутрикорпоративных коммуникаций.
- изучение закономерностей функционирования и механизмов формирования корпоративной культуры;
- овладение обучающимися современными представлениями о корпоративной культуре, методах ее диагностики и коррекции, использования корпоративной культуры для укрепления имиджа организации, повышения ее цельности.

Задачи дисциплины «Корпоративная культура»:

- изучение современных концепций; типологий корпоративной культуры;
- формирование системного представления о корпоративной культуре;
- знакомство с методами ее диагностики и коррекции;
- обобщение теоретического и анализ практического опыта;
- прояснение значения корпоративной культуры;
- тренинг навыков исследования и формирования корпоративной культуры.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Основные понятия корпоративной культуры
2	Типы корпоративных культур
3	Формирование корпоративной культуры
4	Организационная рефлексия
5	Построение программы оптимизации корпоративной культуры

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.01 СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Целью освоения дисциплины «Современная пресс-служба» является: познакомить с основами организации и содержания деятельности пресс-секретарей в учреждениях государственной службы, органах власти, на предприятиях различной формы собственности, а также сформировать у студентов навыков применения знаний в выполнении функций пресс-секретаря.

Задачи изучения дисциплины «Современная пресс-служба»:

- дать теоретическое представление об информационных основах связей с общественностью как особого рода социальной деятельности;
- познакомить с современной системой пресс-рилейшнз, их спецификой и особенностями функционирования;
- сформировать практические навыки делового общения пресс-секретаря как с представителями СМИ всех видов и уровней, так и в контексте внутрикорпоративных коммуникаций.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Медиарилейшнз как технология PR. Понятие пресс-службы. Цели, задачи, функции пресс-службы
2	Структура пресс-службы, должностные обязанности сотрудников
3	Особенности функционирования пресс-службы в различных сферах

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.02 СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): УК-4.1. Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; соблюдает требования к деловой устной и письменной коммуникации УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Целью освоения дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» является: развитие у обучающихся лингвистического мышления; формирование языковой и коммуникативной компетенции; эстетическое и этическое воспитание языковой личности обучающихся; формирование навыков выбора языковых средств разных уровней в соответствии со стилями и жанрами речи, и навыков литературного редактирования текстов.

Задачи изучения дисциплины «Стилистика и литературное редактирование»:

- владеть нормами устной и письменной речи, качествами хорошей русской речи;
- знать экстралингвистические и лингвистические особенности функциональных стилей современного русского литературного языка;
- пользоваться словарями и справочниками;
- создавать и редактировать тексты профессионального и официально-делового назначения в соответствии с нормами современного русского литературного языка и стандартами оформления деловой документации;
- уметь анализировать, обобщать, критически воспринимать текстовую информацию в учебно-профессиональной, научной и официально-деловой сферах общения.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Современный русский литературный язык
2	Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка
3	Типологические признаки функциональных стилей русского языка: научный, публицистический, официально-деловой, художественный, разговорный стили
4	Стилистические нормы современного русского литературного языка
5	Правила и приемы литературного редактирования
6	Специфика редактирования в рамках разных стилей

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.04.01 ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИИ В МЕДИАСРЕДЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты

Цель освоения дисциплины «Защита информации в медиасреде» - изучение основных принципов, методов и средств защиты информации в процессе ее обработки, передачи и хранения с использованием компьютерных средств в информационных системах.

Задачи изучения дисциплины «Защита информации в медиасреде»:

- изучение основных положений государственной политики в области обеспечения информационной безопасности Российской Федерации, основных понятий в области защиты информации и методологических принципов создания систем защиты информации;

- изучение видов защищаемой информации, угроз информационной безопасности, сущности и разновидностей информационного оружия, методов и средств ведения информационных;

- изучение методов и средств обеспечения информационной безопасности компьютерных систем, механизмов защиты информации, формальных моделей безопасности, критериев оценки защищенности и обеспечения безопасности автоматизированных систем;

- приобретение умений в подборе и анализе показателей качества и критериев оценки систем безопасности, отдельных методов и средств защиты информации, использовании современной научно-технической литературой для решения задач по вопросам защиты информации;

- приобретение навыков анализа информационной инфраструктуры государства с точки зрения информационной безопасности, подбора нормативных и методических материалов по вопросам защиты информации.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Понятие, предпосылки и процессы формирования информационной безопасности личности, общества и государства.
2	Особенности и тенденции развития современной медиасреды
3	Информационная безопасность в системе национальной безопасности. Система информационной безопасности
4	Понятие и особенности информационных рисков, опасностей и угроз
5	Основные документы, регламентирующие деятельность по информационной безопасности. Основы доктрины информационной безопасности
6	Характеристика технической и психофизической составляющих информационной безопасности
7	Специфика информационной безопасности в бизнесе
8	Особенности информационной безопасности в рекламной и PR-деятельности

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.04.02 МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ
СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Цель освоения дисциплины «Мотивация потребителей услуг социокультурной сферы»:

- овладение обучающимися теоретико-методологической базой понимания мотивации и оценки потребительских услуг для эффективного решения практических задач;
- формирование представления об основах мотивации потребителей услуг социокультурной сферы;
- анализ требований потребителей услуг на основе классического маркетинга.

Задачи изучения дисциплины «Мотивация потребителей услуг социокультурной сферы»:

- способствовать формированию представления об основах мотивации потребительского поведения;
- подготовить обучающихся к пониманию рекламной деятельности как обусловленной мотивации потребительских услуг;
- трансляция представлений о различных социальных проблемах, возникающих у клиента, и способах их решения;
- способствовать формированию у обучающихся представлений о наиболее важных характеристиках мотивации как части маркетинговой стратегии;
- развивать способности обучающихся к критической оценке собственных знаний, уровню освоения методов и приемов мотивации потребительских услуг;
- формирование навыков организации процессов обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Теоретические и методологические аспекты мотивации потребительского поведения
2	Мотив и мотивация
3	Основные теории мотивации
4	Сущность мотивации потребителя

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
5	Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением
6	Маркетинг и поведение потребителя
7	Потребители услуг: типологические характеристики
8	Особенности мотивации и поведения потребителя туристских услуг

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.05.01 ИННОВАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
	(или) иных коммуникационных продуктов
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Целью освоения дисциплины «Инновации в профессиональной деятельности» является обучение студентов теоретическим знаниями практическим навыкам применения инноваций в коммуникативно-маркетинговой деятельности с использованием современного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации.

Задачи изучения дисциплины «Инновации в профессиональной деятельности»:

- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии;
- рассмотреть инновационные технологии в рекламной и PR -практиках.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Инновации как объект управления
2	Инновационный маркетинг
3	Инновационный процесс
4	Финансирование и оценка эффективности инноваций
5	Методологические основы инноваций в рекламе и связях с общественностью
6	Планирование инновационного коммуникационного продукта
7	Инновационный продукт и его особенности
8	Организационные инновации в рекламе и связях с общественностью

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.05.02 ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА И ЭТИКЕТ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е./108 астр.ч./144 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических

	принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Цель освоения дисциплины «Профессиональная этика и этикет»:

- формирование у обучающихся социальной и нравственной ориентации в специфике этических проблем в профессиональной сфере; формирование культуры профессионального труда, этического сознания, моральной системы ценностей, знаний делового этикета;
- формирование у обучающихся комплекса знаний о роли этики и этикета в профессиональной деятельности;
- выработка у обучающихся знаний о моральных понятиях, входящих в представление о нравственной профессиональной ориентации и воспитанности;
- активизация у обучающихся стремления к самостоятельной работе по совершенствованию этических и этикетных навыков взаимоотношений с различными субъектами профессионального общения;
- ознакомление и усвоение обучающимися системы упражнений, тренингов, формирующих навыки этичного и этикетного профессионального поведения.

Задачи дисциплины «Профессиональная этика и этикет»:

- определение места и роли этики, профессиональной этики в комплексе современного гуманитарного, философско-культурологического знания;
- предоставление обучающимся глубоких и систематизированных знаний о деловом этикете и протоколе, деловой и светской беседе, культуре речевого общения и культуре обслуживания; национальных особенностях делового общения;
- ознакомление с этикой взаимоотношений руководителя и подчиненного в современных условиях, рассмотрение этикета деловых переговоров, встреч, телефонных разговоров.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	История этических учений. Современный этикет
2	Деловой этикет. Деловой протокол
3	Деловая беседа. Светская беседа
4	Культура делового общения. Принципы делового общения в процессе обслуживания потребителей и (или) туристов
5	Этика речевой коммуникации
6	Культура речи. Речевой этикет
7	Невербальные средства общения
8	Культура обслуживания. Национальные особенности делового общения

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) К.М.01.01 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е./54 астр.ч./72 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:
обязательная часть.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности:
	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма
	УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
	УК-7.3. Соблюдает нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности

Цель освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» - формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины «Физическая культура и спорт»:

- формирование осознанного понимания социальной роли физической культуры и спорта в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- овладение целостной системой знаний научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, здоровому образу жизни, физическому самосовершенствованию и самовоспитанию, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, применение здоровьесберегающих технологий для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;
- развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;
- формирование навыков планирования своего рабочего и свободного времени для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
- соблюдение норм здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов (тем)</i>
1	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.
2	Социально-биологические основы физической культуры.
3	Основы здорового образа жизни студента.

№ п/п	Наименование разделов (тем)
4	Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности.
5	Педагогические основы физического воспитания.
6	Основы общей и специальной физической подготовки. Спортивная подготовка.
7	Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями.
8	Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.
9	Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.
10	Современное олимпийское движение.
11	Профессионально-прикладная физическая подготовка.
12	Физическая культура в профессиональной деятельности.

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
К.М.01.02 ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И
СПОРТУ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 246 астр.ч./328 акад.ч. (в зачетные единицы не переводится)

Место дисциплины в структуре образовательной программы: элективная дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

Код	Содержание компетенции, индикатора(ов)
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности:
	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма
	УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
	УК-7.3. Соблюдает нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности

Цель дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» - формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту»:

- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, применение здоровьесберегающих технологий для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;

- развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре;

- обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности обучающихся;
- приобретение опыта творческого использования физкультурно-спортивной деятельности в быту, в семье и на производстве для достижения жизненных и профессиональных целей;
- формирование навыков планирования своего рабочего и свободного времени для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
- соблюдение норм здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины

I. Фитнес-программы

№ раздела, темы	Название раздела, темы
1.	Общефизическая подготовка.
2.	Классическая аэробика.
3.	Пилатес, стретчинг.
4.	Атлетическая гимнастика.

II. Настольный теннис

№ раздела, темы	Название раздела, темы
1.	Общефизическая подготовка.
2.	Техника игры в настольный теннис
3.	Стратегия и тактика игры в настольный теннис
4.	Тактика одиночной и парной игры

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ФТД.В.01 КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е./81 астр.ч./108 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: факультативная дисциплина.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции, индикатора(ов)</i>
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных

Цель освоения дисциплины «Корпоративные коммуникации» - формирование профессиональной компетентности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью в сфере корпоративных коммуникаций.

Задачи изучения дисциплины «Корпоративные коммуникации»:

- рассмотреть теоретические и современные аспекты корпоративной коммуникации;
- раскрыть специфику корпоративной коммуникации;
- проанализировать специфику корпоративной культуры и психологические особенности работы с персоналом, коллективом;
- показать особенности осуществления мониторинга и моделирования коммуникационных процессов в организации;
- раскрыть сущность выстраивания корпоративных коммуникаций и социально-психологических технологий их поддержания;
- показать особенности методов диагностики корпоративных коммуникаций и корпоративной культуры.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем)
1	Теоретико-методологические основы корпоративных рекламы и связей с общественностью
2	Коммуникационные каналы в организации
3	Инструментарий корпоративных коммуникаций
4	Корпоративная культура как коммуникативный интегратор

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ АМ.В.01 ОСНОВЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ТРУДА

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 з.е./27 астр.ч./36 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: Дисциплина «Основы интеллектуального труда» входит в состав **адаптационного модуля** образовательной программы, ее изучение не является обязательным, ее выбор осуществляется обучающимися с ОВЗ в зависимости от их индивидуальных потребностей и фиксируется в индивидуальном учебном плане.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся с ОВЗ знаний и практических навыков использования приемов и методов познавательной деятельности, необходимых для успешной адаптации в информационно-образовательной среде вуза и оказание практической помощи студентам в самостоятельной организации учебного труда в его различных формах.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о принципах научной организации интеллектуального труда;
- раскрыть сущность понятия и содержание основных компонентов культуры интеллектуального (учебного) труда студента;
- выявить специфику основных познавательных практик, применительно к различным формам учебной работы в вузе;

- сформировать представление о современных технологиях работы с учебной информацией;
- освоить приемы эффективного представления результатов интеллектуального труда и навыки самопрезентации;
- сформировать знания и умения использования приемов и методов учебно-познавательной деятельности, необходимых для успешной адаптации в информационно-образовательной среде вуза;
- оказать помощь в самостоятельной организации учебного труда в различных формах;
- помочь определить жизненные планы, прояснить перспективу будущего, продвинуться в плане своего личностного развития, самоопределения, самообразования.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- различные способы восприятия и обработки учебной информации с учетом имеющихся ограничений здоровья;
- рекомендации по написанию учебно-исследовательских работ (доклад, тезисы, реферат, презентация и т.д.);
- особенности интеллектуального труда студента на различных видах аудиторных занятий;
- основы методики самостоятельной работы;
- принципы научной организации интеллектуального труда и современных технологий работы с учебной информацией;
- способы самоорганизации учебной деятельности.

Уметь:

- работать с источниками учебной информации, пользоваться ресурсами библиотеки (в том числе электронными), образовательными ресурсами сети Интернет, в том числе с учетом имеющихся ограничений здоровья;
- выступать с докладом или презентацией перед аудиторией, вести дискуссию и аргументировано отстаивать свою позицию;
- представлять результаты своего интеллектуального труда;
- составлять план работы, тезисы доклада (выступления), конспекты лекций, первоисточников;
- ставить личные учебные цели и анализировать полученные результаты;
- рационально использовать время и физические силы в образовательном процессе с учетом ограничений здоровья;
- применять приемы тайм-менеджмента в организации учебной работы;
- использовать приобретенные знания и умения в учебной и будущей профессиональной деятельности для эффективной организации самостоятельной работы.

Владеть:

- навыками работы с источниками учебной информации, пользоваться ресурсами библиотеки (в том числе электронными), образовательными ресурсами сети Интернет, в том числе с учетом имеющихся ограничений здоровья;
- навыками выступлений с докладом или презентацией перед аудиторией, вести дискуссию и аргументировано отстаивать свою позицию;
- навыками представления результатов своего интеллектуального труда;
- навыками составления плана работы, тезисов доклада (выступления), конспектов лекций, первоисточников;
- навыками постановки личных учебных целей и анализа полученных результатов;
- навыками рационального использования времени и физических сил в образовательном процессе с учетом ограничений здоровья;
- навыками применения приемов тайм-менеджмента в организации учебной работы;

– навыками использования приобретенных знаний и умений в учебной и будущей профессиональной деятельности для эффективной организации самостоятельной работы.

Содержание дисциплины

<i>№ темы</i>	<i>Название темы</i>
1	Культура интеллектуального труда
2	Стратегия и техника эффективного обучения

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ АМ.В.02 СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ И ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВЫХ ЗНАНИЙ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 з.е./27 астр.ч./36 акад.ч.

Место дисциплины в структуре образовательной программы: Дисциплина «Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний» входит в состав **адаптационного модуля** образовательной программы, ее изучение не является обязательным, ее выбор осуществляется обучающимися с ОВЗ в зависимости от их индивидуальных потребностей и фиксируется в индивидуальном учебном плане.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Концепция дисциплины "Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний" основана на необходимости изучения комплекса мер, направленных на восстановление умений и навыков нуждающихся граждан, их адаптация в социально-средовых условиях; восстановление социального статуса и способности к самостоятельной общественной, семейной, бытовой деятельности граждан с ограниченными возможностями в рамках действующего законодательства, регулирующего вопросы их социальной адаптации и жизнедеятельности.

Цель изучения дисциплины - формирование целостного представления о социальных системах, уровнях и способах управления социальными защитами населения; системных представлений о природе семейно-брачных отношений, о психологических закономерностях функционирования семьи в современном мире, приобретение знаний, позволяющих осуществлять индивидуальный подход при оказании социальной и психологической помощи инвалидам; получение теоретических знаний и приобретение необходимых практических навыков в области социального образования лиц с ограниченными возможностями..

Задачи дисциплины:

- научить использовать нормы позитивного социального поведения, реализовывать свои права адекватно законодательству;
- дать представление о механизмах социальной адаптации инвалидов;
- дать представление об основополагающих международных документах, относящихся к правам инвалидов; основах гражданского, семейного, трудового законодательства, особенности регулирования труда инвалидов; основные правовых гарантии инвалидов в области социальной защиты и образования;
- научить анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации;
- научить составлению необходимых заявительных документов, резюме, осуществлению самопрезентации при трудоустройстве;

– научить использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных и профессиональных ситуациях.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- механизмы социальной адаптации;
- основополагающие международные документы по правам человека;
- основы гражданского и семейного законодательства;
- основы трудового законодательства;
- основы регулирования труда инвалидов;
- основные правовые гарантии инвалидам в области социальной защиты и образования;
- функции органов труда и занятости населения

Уметь:

- использовать нормы позитивного социального поведения;
- использовать свои права адекватно законодательству;
- обращаться в надлежащие органы за квалифицированной помощью;
- анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации;
- составлять необходимые заявительные документы;
- использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных ситуациях;
- составлять резюме, осуществлять самопрезентацию при трудоустройстве.

Владеть:

- навыками использования приобретенных знаний и умений в различных жизненных и профессиональных ситуациях;
- навыками анализа и применения норм закона с точки зрения конкретных условий их реализации;
- навыками составления необходимых заявительных документов.

Содержание дисциплины

<i>№ темы</i>	<i>Название темы</i>
<i>Раздел 1. Социальная адаптация</i>	
1	Понятие социальной адаптации, ее этапы, механизмы, условия.
2	Конвенция ООН о правах инвалидов.
<i>Раздел 2. Основы российского законодательства</i>	
3	Основы гражданского и семейного законодательства.
4	Основы трудового законодательства. Особенности регулирования труда инвалидов.
5	Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. №181-ФЗ "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации".
6	Перечень гарантий инвалидам в Российской Федерации. Медико-социальная экспертиза.
7	Реабилитация инвалидов. Индивидуальная программа реабилитации инвалида.
8	Трудоустройство инвалидов.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ПРАКТИК

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА (ТИП ПРАКТИКИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА)

Продолжительность практики – 6 недель (9 зачетных единиц, 324 академических часов или 243 астрономических часа).

Место практики в структуре образовательной программы: Учебная практика относится к Блоку 2 «Практики» обязательной части образовательной программы.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Способ проведения: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Учебная практика проводится на 2-м курсе, в 4 семестре.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы
УК-4	способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении
УК-5	способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах: УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач
УК-8	способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: в части: УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и

	военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель практики:

– освоить компетенции, соответствующие виду профессиональной деятельности, закрепление и углубление знаний по профилирующим дисциплинам;

- формирование у обучающихся общего представления об организации работы на предприятиях (учреждениях, организациях);

- формирование навыков использования научного и методического аппарата, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных задач по постановке, организации и управлению рекламной практикой предприятия, оценке результатов рекламной деятельности и её оптимизации;

- приобретение начальных практических умений использования правил делового этикета при общении в коллективе, исследования услуг и структуры предприятия;

- овладение первичными умениями и навыками научно-исследовательской деятельности;

- выработка первичных практических навыков, по созданию медиа-коммуникационного продукта.

Задачи практики:

–изучить объект учебной практики и специфику его работы;

–знакомство студентов с основными открытыми источниками информации, необходимыми для проведения научных исследований;

–сформировать навыки поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;

–развить навыки осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;

–развить навыки осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

– знакомство студентов с различными видами организаций (объектами управления);

- представление в общем виде предмета и содержания профессиональной деятельности;
- ознакомить с основными документами, регламентирующими деятельность организации;
- принимать участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- владение навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- формирование практических навыков самостоятельной работы, навыков самостоятельного формулирования выводов, полученных по результатам собственных расчетов;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы;
- освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать полученные в результате исследования выводы;
- ознакомление обучающихся с деятельностью отраслевых организаций /компаний/агентств в области коммуникаций;
- раскрыть сущность и охарактеризовать особенность организационной структуры, профессионально и отраслевой принадлежности коммуникационных предприятий и подразделений коммерческих и некоммерческих организаций;
- знакомство обучающихся со структурой рынка коммуникационных услуг и типами коммуникационных услуг;
- ознакомление обучающихся с особенностями профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на начальной этапе карьеры;
- профессиональная ориентация студентов и оформление документации по практике (отчета).

Содержание практики

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов практики</i>
1	Техника безопасности на рабочем месте
2	Ознакомление с организацией с элементами научно-исследовательской деятельности
3	Внешняя среда организации
4	Внутренняя среда организации
5	Требования, предъявляемые к профессиональным и личностным качествам специалиста по РиСО
6	Организация делопроизводства
7	Отчетный этап

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ТИП ПРАКТИКИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ)

Продолжительность практики – **12 недель (18 зачетных единиц, 648 академических часа или 486 астрономических часа).**

Место практики в структуре образовательной программы:
Производственная практика относится к Блоку 2 «Практики» обязательной части образовательной программы.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Способ проведения: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других УК-3.4. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы
УК-4	способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах): в части УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении
УК-5	способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах: в части УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач
УК-6	способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни в части: УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей
УК-8	способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов: в части: УК-8.2. Создает и поддерживает в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества УК-8.3. Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, нарушений техники безопасности на рабочем месте; оценивает

	вероятность возникновения потенциальной опасности и принимает меры по ее предупреждению
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-2	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Цель производственной (профессионально-творческой) практики студентов - формирование профессиональных умений и навыков, приобретение практических навыков работы в профильной организации; приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в специальных коммуникационных структурах; выработка у студентов способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов, мероприятий.

Практика направлена на решение следующих задач:

- приобретение практических навыков работы с документацией;
- формирование основных профессиональных навыков в области сбора информации о состоянии исследуемого рынка;
- проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий;
- поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных расчетов;
- сбор и анализ информации об организационной структуре коммуникационного агентства, компании, отдела (базы практики), отдела (базы практики);
- формулирование и разрешение задач, возникающих в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбор необходимых методов конкретного исследования;
- проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов - применение современных информационных технологий при проведении научных исследований;
- 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 рекламной работы, деятельности 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;
- владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации и навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- оценка внешней среды организации факторов рынка (для объекта продвижения);
- характеристика потребителей товаров/услуг компании;
- оценка текущей коммуникационной активности компании, выявление коммуникационных проблем предприятия;
- разработка проекта коммуникационной деятельности компании, включающего план рекламных и/или PR-мероприятий, и реализация проектных решений с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий;
- реализация проектных решений и оценка их эффективности.

Содержание практики

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов практики</i>
1	Общая характеристика организации

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование разделов практики</i>
2	Внешняя среда организации
3	Организационная структура управления
4	Особенности управления производством (товаров, услуг)
5	Управление маркетингом
6	Коммуникационные кампании
7	Информационная система управления
8	Отчетный этап

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА
(ТИП ПРАКТИКИ: ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)**

Производственная практика проводится на 4-м курсе, в 8 семестре (очная форма обучения) или на 5-м курсе, 10 семестр (заочная форма обучения).

Продолжительность практики – **4 недели (6 зачетных единиц, 216 академических часа или 162 астрономических часа).**

Место практики в структуре образовательной программы:

Производственная практика относится к Блоку 2 «Практики» части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Способ проведения: стационарная, выездная.

Форма проведения: дискретно.

Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции</i>
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач: в части УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. Аргументирует свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата
УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений: УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением поставленной цели УК-2.2. Определяет целевые этапы и основные направления работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
УК-3	способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде: УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды, осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.3. Умеет работать в команде; принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявлять уважение к мнению и культуре других

Код	Содержание компетенции
	УК-3.4 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы
УК-4	<p>способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах):</p> <p>в части</p> <p>УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию на русском и иностранном языках</p> <p>УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении</p>
ОПК-1	<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
ОПК-2	<p>Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>
ОПК-4	<p>Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
ОПК-5	<p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
ОПК-6	<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
ОПК-7	<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>
ПК-1	<p>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>ПК-1.1. Реализует планирование, подготовку и проведение коммуникационной кампании и мероприятий</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3. Готовит основные документы по сопровождению коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>
ПК-2	<p>Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-2.1. Осуществляет планирование, организацию и проведение мероприятий по продвижению услуг в сфере бизнеса</p>

<i>Код</i>	<i>Содержание компетенции</i>
	ПК-2.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3	Способен реализовывать знания в области рекламы и связи с общественностью как сферы профессиональной деятельности ПК-3.1. Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-3.2. Владеет общими принципами формирования коммуникационного продукта

Целями производственной (преддипломной) практики студентов являются формирование профессиональных умений и навыков, закрепление и развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций, углубленных практических навыков работы; проведение практики на рабочих местах в профильной организации; предоставление студенту работы (или возможности работы в качестве дублера) на основных должностях работников по профилю получаемого образования, сбор и анализ практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР).

Практика направлена на решение следующих **задач**:

- обобщение материалов, накопленных обучающимся за предыдущие периоды обучения, овладение новейшими технологиями, навыками работы на одном из рабочих мест предприятия;
- получение целостного представления о деятельности предприятия;
- закрепление и углубление знаний, полученных в период прохождения производственной практики;
- приобретение навыков самостоятельного решения производственных задач, формирование теоретической и аналитической частей ВКР.

Содержание практики

№ п/п	Наименование разделов практики
1	Подготовительный этап, в том числе исследовательская работа
2	Производственный этап
3	Аналитический этап
4	Отчетный этап