

**Аннотации рабочих программ дисциплин (практик)
ОП направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью»,
профиль подготовки «Бренд-менеджмент в рекламе и связях с
общественностью»,
форма обучения очно-заочная**

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия»
Направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

К **основным** целям освоения дисциплины «Философия» следует отнести:

- повышение уровня философской культуры;
- активизация интереса к вопросам знания и познания в целом;
- укрепление мировоззренческих позиций на основе нравственно-моральных ценностей и ориентиров;

К **основным** задачам освоения дисциплины «Философия» следует отнести:

- оптимизация исследовательского потенциала на основе рационального образа мышления и этической практики действительного;
- формирование духовных потребностей, развивая интеллектуальные и творческие ресурсы личности

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Человек как биосоциальное существо. Специфика удовлетворения потребностей человеком. Философия как социальный опыт, зафиксированный в рациональной форме. Философия как форма мировоззрения. Формы и типы мировоззрения. Функции философии.

Тема 2. Содержание философии. Компоненты философии. Основные философские позиции. Исторические этапы развития философии.

Практические занятия. Исторические этапы развития философии. Специфика русской философии.

Тема 3. Материя – дух как предельная философская противоположность.

Движение, пространство, время как философские категории. Представление о духовном в истории философии. Детерминизм, диалектика. Практические занятия. Материя – дух – предельная философская противоположность.

Свойства материи. Представление о формах духовного в философии.

Тема 4. Бытие как философская категория. Проблема бытия в философии как проблема смысла жизни. Решение проблемы бытия в истории философии.

Тема 5. Содержание учебного материала. Индивид, индивидуальность, личность. Концепции социоантропогенеза.

Тема 6. Содержание учебного материала. Понятие культуры. Многообразие культур. Западный и восточный тип культуры. Ценности и оценка. Роль ценностей в жизни человека и общества. Классификация ценностей.

Аннотация рабочей программы дисциплины «История»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «История» следует отнести:

– формирование у студентов целостного представления об историческом прошлом нашего Отечества в период IX – к. XX вв. и складывание на основе полученных знаний профессиональных навыков и умений их применения на практике ;

К **основным задачам** освоения дисциплины «История» следует отнести:

- приобретение - научных знаний об основных методологических концепциях, изучения Истории России, практического опыта работы с историческими источниками и их и научного анализа

- овладение - научными методами исторического исследования, позволяющими на основе собранного материала делать обобщающие выводы по изучаемой проблеме

- формирование - общих представлений об основных этапах исторического развития нашей страны, их специфики и знаковых событий

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Отечественная история в системе научных дисциплин.

Тема 2. Эпоха Древней Руси IX – XIV.

Тема 3. Московское государство: основные вехи исторического пути.

Тема 4. Российское государство в эпоху Нового времени.

Тема 5. Россия в эпоху Просвещенного абсолютизма.

Тема 6. Социально-политическое и экономическое развитие Российской империи в первой половине XIX в.

Тема 7. Россия в эпоху буржуазных реформ (2 половина XIX в.)

Тема 8. Российская империя в эпоху империализма и русских революций.

Тема 9. Советский и современный период в истории России.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Иностранный язык»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Иностранный язык» следует отнести:

– повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Иностранный язык» следует отнести:

- повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию;
- развитие когнитивных и исследовательских умений;
- развитие информационной культуры;
- расширение кругозора и повышение общей культуры студентов;
- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Я и моя семья. Семейные традиции, уклад жизни.

Тема 2. Дом, жилищные условия.

Тема 3. Обзор тем по грамматике

Тема 4. Досуг и развлечения в семье. Семейные путешествия

Тема 5. Еда. Покупки.

Тема 6. Обзор тем по грамматике

Тема 7. Образ жизни современного человека в России и за рубежом.

Тема 8. Здоровье, здоровый образ жизни.

Тема 9. Обзор тем по грамматике

Тема 10. Общее и различное в странах и национальных культурах

Тема 11. Международный туризм.

Тема 12. Обзор тем по грамматике

Тема 13. Мировые достижения в искусстве (музыка, театр, живопись, кино и т.п.)

Тема 14. Мир природы. Охрана окружающей среды.

Тема 15. Обзор тем по грамматике

Тема 16. Глобальные проблемы человечества и пути их решения

Аннотация рабочей программы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» следует отнести:

– формирование у студентов профессиональной культуры безопасности, предполагающую использование приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в профессиональной деятельности; формирование характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» следует отнести:

-приобрести понимание проблем устойчивого развития и рисков, связанных с деятельностью человека;

- овладеть приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечения безопасности личности и общества;

- формировать культуру профессиональной безопасности, способностей для идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности; уметь применять профессиональные знания для обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в безопасность жизнедеятельности. Основные понятия и определения.

Тема 2. Человек и техносфера

Тема 3. Идентификация и воздействие на человека опасных и вредных факторов среды обитания

Тема 4. Управление безопасностью жизнедеятельности

Тема 5. Психофизиологические и эргономические основы безопасности

Тема 6. Обеспечение комфортных условий для жизнедеятельности человека

Тема 7. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения

Тема 8. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Социология» следует отнести:

– формирование теоретико-методологических оснований социологического знания и навыков социологического мышления для дальнейшего изучения дисциплин специализации;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Социология» следует отнести:

- изучение основных философских, научных и социально-экономических предпосылок возникновения социологии и основных этапов её развития; сущности основных классических и современных социологических теорий;

- овладение умением использовать понятийный аппарат и методологические принципы основных социологических теорий для научного анализа социальной реальности и собственной социальной практики;

- овладение навыками использования научных социологических источников для изучения общества – учебников, научных журналов, данных социологических исследований и анализа конкретных социальных общностей с помощью понятийного аппарата социологической науки

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предыстория и социально- философские предпосылки социологии как науки.

Тема 2. Социологический проект О. Конта.

Тема 3. Классические и современные социологические теории.

Тема 4. Русская социологическая мысль.

Тема 5. Общество как социальная общность.

Тема 6. Социальные институты.

Тема 7. Общественное мнение

Тема 8. Организационное проектирование

Тема 9. Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Культурология»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Культурология» следует отнести:

- формировать знание о законах социокультурного развития;
- сформировать понимание роли, которую профессионал может и должен сыграть в этом развитии;
- формирование знания о культуре и законах ее развития;
- формирование понимания роли индивида в процессе развития культуры;
- формирование понимания роли профессионала в процессе культурного развития;
- формирование знания о ценностях и нормах культуры и о их значении в профессиональной деятельности;
- формирование знания норм межкультурной коммуникации на основе принципа толерантности.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Культурология» следует отнести:

- освоение законов социокультурного развития и норм межкультурной коммуникации, понимание роли инженеров в процессе культурного развития.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Культурология как наука

Тема 2. Понятие культуры

Тема 3. Культурогенез

Тема 4. Динамика культуры

Тема 5. Личность и культура

Тема 6. Ценности и нормы культуры

Тема 7. Взаимодействие культур

Тема 8. Современная культура

Тема 9. Межкультурная коммуникация

Аннотация рабочей программы дисциплины «Русский язык и культура речи»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» следует отнести:

– формирование у студентов осознание различия между языком и речью, глубже осмысливать функции языка как средства выражения понятий, мыслей и средства общения между людьми, углубить знания о стилистическом расслоении современного русского языка, о качествах литературной речи, о нормах русского литературного языка; знать наиболее употребительные выразительные средства русского литературного языка.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» следует отнести:

- совершенствовать речевую культуру, воспитывать культурно-ценностное отношение к русской речи; способствовать полному и осознанному владению системой норм русского литературного языка; обеспечить дальнейшее овладение речевыми навыками и умениями;
- совершенствовать знания студентов о языковых единицах разных уровней (фонетического, лексико-фразеологического и т.д.) и их функционировании в речи;
- совершенствовать орфографическую и пунктуационную грамотность.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Язык и речь. Основные единицы языка.

Тема 2. Ударение.

Тема 3. Орфоэпия.

Тема 4. Лексика как раздел науки о языке.

Тема 5. Фразеология как раздел науки о языке.

Тема 6. Словообразование как раздел науки о языке.

Тема 7. Самостоятельные и служебные части речи.

Тема 8. Словосочетание.

Тема 9. Предложение.

Тема 10. Орфография как раздел науки о языке.

Тема 11. Пунктуация как раздел науки о языке.

Тема 12. Текст.

Тема 13. Функциональные стили.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Экономика»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Экономика» следует отнести:

- принципы рыночной экономики;
- организационно – правовые формы организаций;
- основные положения законодательства, регулирующего трудовые отношения;
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Экономика» следует отнести:

- ориентироваться в общих вопросах экономики производства пищевой продукции;
- применять экономические и правовые знания в конкретных производственных ситуациях;
- защищать свои правовые права в рамках действующего законодательства.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Экономика и экономическая наука.

Тема 2. Факторы производства и факторные доходы.

Тема 3. Выбор и альтернативная стоимость.

Тема 4. Типы экономических систем.

Тема 5. Собственность. Конкуренция.

Тема 6. Экономическая свобода. Значение специализации и обмена.

Тема 7. Источники доходов семьи, основные виды расходов семьи.

Сбережения населения. Страхование.

Тема 8. Рациональный потребитель.

Тема 9. Рыночный механизм. Рыночное равновесие. Рыночные структуры.

Тема 10. Экономика фирмы: цели, организационные формы.

Тема 11. Производство, Производительность труда. Факторы, влияющие на производительность труда.

Тема 12. Издержки. Выручка.

Тема 13. Ценные бумаги: акции, облигации. Фондовый рынок.

Тема 14. Труд. Рынок труда. Заработная плата и стимулирование труда.

Тема 15. Понятие денег и их роль в экономике.

Тема 16. Роль государства в экономике.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Математика и статистика»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Математика и статистика» следует отнести:

– формирование у студентов системных знаний в области математики и формирование навыков использования математического аппарата в практической деятельности.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Математика и статистика» следует отнести:

– развитие у студентов логического и алгоритмического мышления;
– формирование у обучаемых математических знаний для успешного овладения общенаучными дисциплинами на необходимом научном уровне;
– выработка умения студентами самостоятельно проводить математический анализ задач, возникающих при проведении социологических и маркетинговых исследований, при статистической обработке экономической информации.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Аналитическая геометрия и линейная алгебра.

Тема 2. Введение в математический анализ.

Тема 3. Дифференциальное исчисление.

Тема 4. Интегральное исчисление.

Тема 5. Введение в теорию вероятностей.

Тема 6. Случайные величины и их характеристики.

Тема 7. Введение в математическую статистику.

Тема 8. Оценки числовых характеристик и проверка статистических гипотез.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Политология»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Политология» следует отнести:

- подготовка студентов к деятельности в соответствии с квалификационной характеристикой бакалавра по направлению и профилю;
- ознакомление студентов с концептуальными основами политологии как современной специализированной науки о политике;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Политология» следует отнести:

- формирование политического мировоззрения на основе знания особенностей политической жизни России и других стран мира;
- воспитание гражданственности и политической культуры;
- формирование у студентов активной жизненной и гражданской позиций;
- стимулирование интереса к творческой деятельности и потребности в непрерывном образовании.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Политология – наука о политике. Политология – система объективных знаний о политике. Объект и предмет политологии. Обзор главных предметных парадигм науки. Статус политологии. Политология как интеграционная, стержневая и междисциплинарная наука о политике.

Тема 2. Мировая политическая мысль. Роль политической мысли в становлении и развитии цивилизации. Политические идеи Древнего мира. Политические традиции Древнего Востока. Представления о политической власти и властителе в Древней Индии и Древнем Китае. Вклад античных (древнегреческих и древнеримских) философов в разработку науки о политике.

Тема 3. Политика, власть, управление. Понятие политики. Роль и место политики в жизни современных обществ. Происхождение и природа политики. Общественная сущность и функции политики. Основные проявления политики и проблема их систематизации. Политическое управление: структура. Фазы политико-управленческого цикла. Политическая власть. Понятие власти.

Тема 4. Политические лидеры, элиты и госслужащие. Граждане в политике: участники и абсентеисты.

Тема 5. Политика государств и внешняя политика.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Правоведение»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Правоведение» следует отнести:

– подготовка студентов к деятельности в соответствии с квалификационной характеристикой бакалавра по направлению, в том числе формирование знаний в области юриспруденции, представлений об основах и специфике правового регулирования отношений в профессиональной сфере;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Правоведение» следует отнести:

- выработка у студентов навыков применения норм законодательства Российской Федерации в ходе их будущей профессиональной деятельности;

- принятия решений и совершения юридически значимых действий в точном соответствии с законом;

- анализа законодательства и практики его применения, ориентации в специальной литературе.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Право в системе социального регулирования.

Тема 2. Государство как социальный институт, его взаимосвязь с правом.

Тема 3. Основы теории государства и права.

Тема 4. Основы конституционного строя Российской Федерации.

Тема 5. Основы гражданского права.

Тема 6. Основы трудового права.

Тема 7. Основы уголовного права.

Тема 8. Основы административного права.

Тема 9. Основы семейного и наследственного права РФ.

Тема 10. Основы информационного права.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Компьютерные технологии и информатика»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Компьютерные технологии в профессиональной деятельности» следует отнести:

– научить студентов правильно работать с информацией, т.е. использовать методы сбора, получения, накопления, хранения, обработки, анализа и передачи информации с использованием средств вычислительной техники.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Компьютерные технологии в профессиональной деятельности» следует отнести:

- дать представление об основных понятиях информационной модели предприятия и моделями представления данных;

- привить навыки практического использования информационных технологий баз данных на основе пакета MS Office

- научить использованию современных информационных технологий связанных с глобальными ресурсами Интернета.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в информационные технологии(ИТ).

Тема 2. Лабораторная работа №1: Знакомство с Access. Создание таблиц.

Тема 3. СУБД как важнейшая ИТ.

Тема 4. Лабораторная работа №2: Создание связей между таблицами.

Тема 5. Экспертные системы.

Тема 6. Имитационное моделирование.

Тема 7. Лабораторная работа №3: Отбор данных с помощью запросов.

Тема 8. Сети ПЭВМ.

Тема 9. Лабораторная работа №4: Использование форм в базе данных.

Тема 10. Глобальная сеть Internet.

Тема 11. Технология обеспечения безопасности (ТОБ).

Тема 12. Лабораторная работа №5: Создание отчетов.

Тема 13. Электронная почта в Internet.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы менеджмента»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы менеджмента» следует отнести:

– формирование комплекса знаний, умений и навыков управления инновационной деятельностью предприятия или подразделения;
сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки по вопросам организации и осуществления инновационной деятельности;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы менеджмента» следует отнести:

- дать целостное представление студентам о функциях, методах, этапах и направлениях инновационных процессов;

- изложить особенности управления инновационными процессами;
- сформировать навыки разработки, реализации и оценки инновационной стратегии развития организации;

- дать навыки классификации типов конкурентного инновационного поведения различных организаций, а также продвижения новшеств для инновационных фирм;

- раскрыть комплексный характер совокупности организационных форм, взаимосвязанных друг с другом, обеспечивающих инновационную деятельность во всех сферах народного хозяйства.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. История развития и современное состояние менеджмента.

Тема 2. Научные школы и направления теории менеджмента.

Тема 3. Методологические основы менеджмента.

Тема 4. Цикл процесса управления и функции менеджмента.

Тема 5. Теории мотивации.

Тема 6. Организации и управление ими. Типы организационных структур.

Тема 7. Внутренняя среда организации.

Тема 8. Внешняя среда организации.

Тема 9. Стратегическое управление организацией.

Тема 10. Связующие процессы менеджмента: коммуникации и принятие решений.

Тема 11. Лидерство и власть в управлении.

Тема 12. Конфликты в управлении.

Тема 13. Организационная культура и управление изменениями.

Тема 14. Обеспечение эффективности деятельности организации

Тема 15. Проблемы современного менеджмента в России

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы маркетинга»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы маркетинга» следует отнести:

– через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления студентов о маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей; о направлениях и путях развития товарного рынка в России и за рубежом; о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы маркетинга» следует отнести:

- сформулировать понятийный аппарат, составляющий конструкцию маркетинговой деятельности на рынке, показать основные виды и формы маркетинговой деятельности;

- показать роль и место маркетинга в современных экономических условиях;

- сформировать у обучающихся четкое представление о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.

Тема 2. Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.

Тема 3. Маркетинговые исследования.

Тема 4. Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.

Тема 5. Товародвижение.

Тема 6. Политика ценообразования. Продвижение товаров.

Тема 7. Основные определения маркетинга как экономической категории.

Принципы маркетинга. Качественные и количественные цели. Основные задачи маркетинга.

Тема 8. Концепции маркетинга. Основные концепции маркетинга и их содержание.

Тема 9. Определение, сущность и структура маркетингового исследования.

Количественные и качественные маркетинговые исследования.

Информационное обеспечение маркетинговых исследований.

Тема 10. Реклама: постановка задач. Стимулирование сбыта. Выбор средств стимулирования сбыта и разработка программы стимулирования сбыта. ПР – определение, достоинства и недостатки.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы теории коммуникации»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» следует отнести:

- организационно-управленческая профессиональная деятельность: участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации,

- проектная деятельность: участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» следует отнести:

-решение научно-исследовательских и прикладных задач, возникающих при проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью,

-умение креативно использовать технологии связей с общественностью и рекламы, проводить презентации, пресс-конференции, работать в пространстве информационного поля.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации.

Тема 2. Онтологический аспект коммуникации.

Тема 3. Гносеологический аспект коммуникации. Функции, единицы, виды коммуникации.

Тема 4. Методологический аспект коммуникации.

Тема 5. Коммуникационный процесс и его структура.

Тема 6. Типы и виды коммуникаций. Модели коммуникации.

Тема 7. Социальная коммуникация - предмет изучения социологии.

Тема 8. Стратификационные доминанты социальной коммуникации.

Ситуативные доминанты социальной коммуникации. Оценочные доминанты социальной коммуникации.

Тема 9. Семиотика коммуникации. Понятие знака. Типология знака. Синтактика, семантика и прагматика как основы отношения знаков.

Тема 10. Вербальная коммуникация. Влияние языка на мышление и поведение. Дискурсы как единицы вербальной коммуникации.

Тема 11. Невербальная коммуникация. Природа невербальной коммуникации. Просодические и экстралингвистические средства в невербальной коммуникации.

Тема 12. Коммуникативная личность. Различные подходы к пониманию личности. Параметры коммуникативной личности. Типы коммуникативной личности.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология массовых коммуникаций»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» следует отнести:

– определение основных подходов к трактовке роли массовой коммуникации в обществе, изучение теории эффектов массовой коммуникации, а также определение понятий коммуникации и массовой коммуникации;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» следует отнести:

- изучить структуру и массовой коммуникации и специфику построения массовой коммуникации, направленной на различные социальные группы;
- изучить основные приемы построения массовой коммуникации в России и за рубежом;
- систематизировать используемые для производства рекламы лингвистические и визуальные приемы, обеспечивающие функционирование массовой коммуникации;
- определить перспективы взаимодействия государственного и профессионального регулирования в области массовой коммуникации в России.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Социология СМК как специальная отрасль социологической науки. Предметная область социологии СМК.

Тема 2. Массовая и межличностная коммуникация. Основные сравнительные характеристики массовой и межличностной коммуникаций. Теория массового общества.

Тема 3. Основные положения структурного функционализма как социологической парадигмы. Модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера. Модель массовой коммуникации по Г.Лассуэллу. Модель массовой коммуникации по П.Лазарсфельду, Р. Мертону. Понятие «лидер мнения».

Тема 4. Проблема значения и знака. Типы организации знаков. Приемы «завлечения» аудитории и «удержания» ее внимания в СМИ.

Тема 5. Информационная политика государства (страна на выбор). Правовое регулирование сферы СМК. Проблема объективности средств массовой информации. Правовое нормирование против манипуляции в рекламе.

Тема 6. Современные западные концепции «информационного общества» как развитие теорий «постиндустриализма» (М. Маклюэн, М. Кастельс).

Тема 7. Масс-медиа в позднесоветский период. СМК и власть в годы перестройки. Особенности функционирования российских СМК в 1990-е и 2000 годы. Процесс регионализации российских СМИ.

Аннотация дисциплины «Психология массовых коммуникаций»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профили: «Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

Основные цели освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций»:

- ознакомление студентов с социально-психологическими исследованиями СМИ;
- формирование у студентов системного понимания закономерностей психологических процессов, лежащих в основе массовой коммуникации;
- ознакомление с закономерностями влияния средств массовой коммуникации на представления и эмоции индивида, его поведение в межгрупповых отношениях и массовых процессах людей.

Основные задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний о психологических закономерностях и конкретных способах воздействия массовых коммуникаций на массовое сознание;
- формирование умения эффективно использовать знания методов коммуникативного воздействия на индивида и общество;

Содержание разделов дисциплины

- Тема 1. Возникновение и виды массовых коммуникаций
- Тема 2. Исследования и теории массовой коммуникации
- Тема 3. Основные понятия и методы психологии массовой коммуникации
- Тема 4. Исследования в области медиапсихологии
- Тема 5. Массовые коммуникации и информационное общество
- Тема 6. Психологический анализ средств массовой коммуникации
- Тема 7. Психологические закономерности аудитории средств массовой коммуникации
- Тема 8. Психологический анализ сообщений средств массовой коммуникации
- Тема 9. Психология массового поведения
- Тема 10. Психология социального влияния
- Тема 11. Эффекты влияния массовых коммуникаций на аудиторию
- Тема 12. Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей
- Тема 13. Формирование массовыми коммуникациями групповых стереотипов
- Тема 14. Влияние массовых коммуникаций на политические процессы
- Тема 15. Влияние массовых коммуникаций на институт семьи
- Тема 16. Влияние массовых коммуникаций на мораль и нравственность
- Тема 17. Массовые коммуникации и насилие в обществе
- Тема 18. Конструктивное использование массовых коммуникаций на благо общества

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика массовой информации»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» следует отнести:

– дать необходимый минимум теоретических знаний о системе массовой информации и её функционировании, рассмотреть современное состояние систем и моделей средств массовой информации, изучить основные направления их развития, проанализировать важнейшие факторы, влияющие на положение СМИ в обществе;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Теория и практика массовой информации» следует отнести:

- знать общие сведения о теории и практике массовой информации, понятийный аппарат, с помощью которого изучаются основы и содержание дисциплины, систему СМИ, их структуру, особенности функционирования, принципы работы в сфере журналистики.

- уметь излагать и объяснять принципы, схемы и подходы, образующие сущность феномена массовой информации.

- иметь представление об основных навыках профессиональной работы в области массовой информации.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики.

Тема 2. Развитие массовой прессы в странах Европы и России.

Тема 3. Массовая информация и ее роль в современном мире.

Тема 4. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке.

Тема 5. Современные средства массовой информации Российской Федерации.

Тема 6. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение.

Тема 7. Журналистика как сфера научной деятельности.

Тема 8. Технические средства массовой коммуникации. Радиожурналистика.

Тема 9. Технические средства радио. Производство радиопрограмм.

Тема 10. Телевизионная публицистика.

Тема 11. Технические средства телевидения. Производство телевизионных программ.

Тема 12. Средства массовой информации как предприятие: рынок современной прессы.

Тема 13. Профессионально-этические правила и нормы: законодательство в журналистике.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций(рекламы и связей с общественностью)»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций(рекламы и связей с общественностью)» следует отнести:

– дать возможность студентам освоить основные теоретические положения, а также приобрести практические навыки в области рекламы и связей с общественностью как составных частей интегрированных коммуникаций;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций(рекламы и связей с общественностью)» следует отнести:

- показать особенности работы специалистов рекламы и связей с общественностью в государственных, социальных, политических структурах, понимать специфику связей с общественностью в международной сфере;

-создать условия для освоения основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на управления имиджем и репутацией через различные каналы коммуникации, включая **интернет-коммуникации**.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Связи с общественностью и реклама – составные части интегрированных коммуникаций.

Тема 2. Предмет, научно-категориальный аппарат интегрированных коммуникаций.

Тема 3. Формирование коммуникативной среды: предмет, основные направления (коммуникация как процесс).

Тема 4. Инструменты интегрированных коммуникаций.

Тема 5. Медиапланирование как этап коммуникационной деятельности.

Тема 6. Основные этапы подготовки и проведения интегрированной кампании.

Тема 7. Коммуникационный процесс: основные участники.

Тема 8. Особенности коммуникационной политики в государственных структурах.

Тема 9. Основы фандрайзинга.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» следует отнести:

– подготовка выпускников к организации работы рекламных и ПР-служб предприятий; проведению мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» следует отнести:

- подготовка выпускников к созданию эффективной коммуникационной системы организации, обеспечению внутренней и внешней коммуникации, формированию и поддержанию корпоративной культуры; планированию, подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Профессиограмма и функции специалиста по рекламе и ПР

Тема 2. Внутрикорпоративные ПР функции

Тема 3. Рабочие рекламные и ПР документы

Тема 4. Стратегический аспект рекламы и ПР

Тема 5. Правила презентации. Отчетность. Отношения с акционерами.

Тема 6. Внутрифирменный отдел рекламы и ПР . Особенности функционирования.

Тема 7. Привлеченные рекламные и ПР-специалисты. Критерий отбора и основные функции.

Тема 8. Кадровая политика и стратегическое планирование деятельности рекламного и ПР-отдела.

Тема 9. Роль и место планирования работы рекламного и ПР-отдела в работе компании.

Тема 10. Специфика работы рекламного и ПР отела в государственных и коммерческих структурах.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» следует отнести:

– формирование теоретических знаний и практических навыков проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа; изучение студентами основных концепций, подходов и ключевых проблем современных маркетинговых исследований и ситуационного анализа;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» следует отнести:

- приобретение знаний о маркетинговых исследованиях как одной из разновидностей системного анализа и возможности использования их в области рекламы и связей с общественностью;

- получение необходимых знаний по анализу внутренней и внешней среды компании, сбору и обработке маркетинговой информации, структурированию задач в области рекламы и связей с общественностью.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Основные источники маркетинговой информации.

Тема 2. Ситуационный анализ: понятие, направления, этапы. Маркетинговые исследования: понятие, сущность, цели и задачи, значение для рекламной и PR деятельности.

Тема 3. Объекты маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Методы маркетинговых исследований.

Тема 4. Маркетинговые исследования как процесс. Планирование маркетингового исследования

Тема 5. Направления маркетинговых исследований. Программа маркетингового исследования.

Тема 6. Качественные и количественные исследования. Валидность и надежность качественных и количественных методов.

Тема 7. Полевое исследование: понятие, задачи, методы. Опросные методы сбора информации. Метод интервью.

Тема 8. Метод фокус-групп: понятие и исследовательские задачи. Исследования потребителей. Метод «мистери- шоппинг».

Тема 9. Исследования конкурентов. Конкурентный анализ. Основные методы сбора информации о конкурентах. Основные источники вторичной маркетинговой информации о конкурентах и методы работы с информацией.

Тема 10. SWOT-анализ: факторы, правила проведения. Анализ пяти сил конкуренции М.Портера. Бенчмаркинг: понятие, виды, методы.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современный русский язык»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Современный русский язык» следует отнести:

– формирование у студентов знаний в области современного русского языка;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Современный русский язык» следует отнести:

- научить студентов теоретическому осмыслению языковых явлений и разбору основных единиц языка в структурно- семантической концепции,
- показать нормативность языковых явлений и тенденции их развития, а также особенности функционирования в различных социолингвистических условиях.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие о современном русском литературном языке.

Тема 2. Фонетика .

Тема 3. Основные фонетические средства языка.

Тема 4. Артикуляционная характеристика звуков речи.

Тема 5. Изменения звуков в речевом потоке.

Тема 6. Слог как единица членения речевого потока.

Тема 7. Ударение.

Тема 8. Фонетика разговорной (спонтанной речи).

Тема 9. Фонология .

Тема 10. Орфоэпия .

Тема 11. Графика.

Тема 12. Орфография .

Аннотация рабочей программы дисциплины «Деловое общение»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Деловое общение» следует отнести:

– овладение студентами знаний о различных формах делового общения, позволяющих достигать конструктивного результата при деловом взаимодействии;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Деловое общение» следует отнести:

- усвоение понятийно-категориального аппарата дисциплины
- знакомство со структурой делового общения
- знакомство с вербальной и невербальной культурой делового общения
- изучение основных форм делового общения и психологических приемов конструктивного их ведения
- усвоение психологических основ конфликтного взаимодействия и изучение основных стратегий поведения в конфликте.

Содержание разделов дисциплины

- Тема 1. Сущность делового общения.
- Тема 2. Психология влияния в деловом общении.
- Тема 3. Основные коммуникативные навыки.
- Тема 4. Деловое общение в группе.
- Тема 5. Деловая беседа.
- Тема 6. Деловое общение по телефону.
- Тема 7. Деловые переговоры.
- Тема 8. Презентация и деловые публичные выступления.
- Тема 9. Деловые совещания.
- Тема 10. Конфликты в деловом общении.

Аннотация программы дисциплины «История мировой литературы и искусства»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Целью освоения дисциплины «История мировой литературы и искусства» является изучение современных теоретических форм и практических методов анализа истории мировой литературы и искусства. Курс включает в себя обзор искусства и литературы от древности до XX века и предусматривает изучение основных тенденций и направлений мировой литературы и искусства. В рамках курса особое внимание уделяется вкладу России в обогащение и развитие мировой литературы и искусства.

Задачи курса «История мировой литературы и искусства»: дать студентам общее представление о месте мировой литературы и искусства от древности до XX века в целостной системе мировой культуры; на конкретном литературном, литературоведческом, искусствоведческом и культурологическом материале показать качественные этапы развития мировой литературы и искусства.

Содержание разделов дисциплины

- Тема 1. Мировая литература и искусство: основные понятия курса.
- Тема 2. Литература и искусство Древнего мира.
- Тема 3. Литература и искусство Средневековья.
- Тема 4. Литература и искусство Новой истории.
- Тема 5. Литература и искусство Новейшей истории.
- Тема 6. Древнерусская мифология и фольклор, литература и искусство.
- Тема 7. Русское искусство на пороге Нового времени.
- Тема 8. Русское искусство и литература XIX века.
- Тема 9. Искусство и литература России, СССР XX века.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Концепции современного естествознания»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Концепции современного естествознания» следует отнести:

– ознакомление студентов с основными этапами развития естественнонаучных картин мира, фундаментальных понятий и принципов, с помощью которых описываются эти картины; а также показать взаимосвязь естественных и социальных наук;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Концепции современного естествознания» следует отнести:

- формирование представлений о процессах познания и формах изучения окружающей действительности в рамках естественных наук;

- формирование представлений о понятийно-категориальном аппарате современного естествознания.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Естественные науки и методы познания.

Тема 2. Становление естествознания.

Тема 3. Физические концепции.

Тема 4. Модели науки (специальный семинар).

Тема 5. Квантовые представления.

Тема 6. Космологические концепции.

Тема 7. Геологические концепции.

Тема 8. Химические концепции.

Тема 9. Биологические концепции.

Тема 10. Интегральные концепции.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Разработка и восприятие рекламного и PR-продукта»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Разработка и восприятие рекламного и PR-продукта» следует отнести:

– сформировать комплекс знаний о рекламной и PR–продуктах;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Разработка и восприятие рекламного и PR-продукта» следует отнести:

- выработать представление об основных видах и этапах рекламной и PR–кампаниях;

- сформировать комплекс представлений о маркетинговых исследованиях и его инструментах.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Маркетинг и виды маркетинга

Тема 2. Рекламные и PR – агентства. Рекламные и PR – службы организаций. Критерии выбора агентства.

Тема 3. Рекламные и PR – кампании. Виды кампаний, основания для дифференциации. Этапы кампании.

Тема 4. Первый этап рекламной и PR - кампании. Понятие целевой аудитории. Основания для дифференциации аудитории. Виды потребителей. Товар, услуга. Жизненный цикл товара, услуги. Рынок. Маркетинговые, рекламные и PR – исследования.

Тема 5. Второй этап рекламной и PR - кампании. Концепция, стратегия и план рекламной кампании.

Тема 6. Третий этап рекламной и PR - кампании. Оценка эффективности кампании.

Тема 7. Реклама - профессия и искусство.

Тема 8. Принципы построения рекламного менеджмента (формула RAIS)

Тема 9. Создание рекламного и PR сообщения.

Тема 10. Оценка эффективности рекламной и PR кампании.

Тема 11. Имидж и фирменный стиль. Нэйминг и визуализация бренда как средство увеличения его рыночной эффективности и капитализации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Брендинг территории»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Брендинг территории» следует отнести:

– получение знаний в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Брендинг территории» следует отнести:

- раскрытие основных понятий брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
- понимание предпосылок возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов;
- формирование представления об условиях возникновения бренда города.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий.

Тема 2. История возникновения брендинга территорий.

Тема 3. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий.

Тема 4. Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города.

Тема 5. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда.

Тема 6. Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде.

Тема 7. Инновационные инструменты развития бренда города.

Тема 8. Брендинг территорий как путь к фактор роста депрессивных регионов.

Тема 9. Маркетинговые стратегии территорий.

Тема 10. Стратегическое управление.

Тема 11. Территориальное планирование хозяйства.

Тема 12. Методы и модели управления.

Тема 13. Конкурентоспособность территории.

Тема 14. Социальное проектирование

Аннотация рабочей программы дисциплины «Бухгалтерский учет и аудит»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Бухгалтерский учет и аудит» следует отнести:

–формирование у учащихся знаний теоретических основ и практических навыков по методологии и организации бухгалтерского учета и аудита деятельности организаций различных форм собственности;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Бухгалтерский учет и аудит» следует отнести:

- обеспечение реализации требований Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования в области основ бухгалтерского учета и аудита в части,
- формирования системного подхода к изучению, исследованию и учету производственно-финансовых процессов на предприятии,
- получения практических навыков ведения бухгалтерского учета и составления отчетности,
- освоения методик аудита деятельности организаций различных форм собственности.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Содержание, функции, принципы, предмет и метод бухгалтерского учета.

Тема 2. Балансовое обобщение, система бухгалтерских счетов и двойная запись

Тема 3 Первичное наблюдение, документация, учетные регистры.

Тема 4.Инвентаризация и оценка, методы стоимостного измерения.

Тема 5.Сущность и содержание аудита.

Тема 6.Организация аудиторской проверки и аудиторские процедуры.

Тема 7. Методы и методика аудиты.

Тема 8.Подготовка аудиторского заключения.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Брендинг»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Брендинг» следует отнести:

– овладение студентами теоретическими основами формирования, управления и развития бренда;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Брендинг» следует отнести:

- повышение компетентности специалиста по связям с общественностью в сферах экономического, политического и социального брендинга, создания и развития торговых марок, формирования политических, территориальных и социальных брендов.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Торговая марка и бренд: основные понятия и определения.

Тема 2. Макросреда и марочная стратегия фирмы.

Тема 3. Понятие и сущность брендинга.

Тема 4. Основные этапы брендинга.

Тема 5. Особенности брендинга в России.

Тема 6. Сущность и основные особенности политического брендинга.

Тема 7. Социальный и территориальный брендинг.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Логика и теория аргументации»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» следует отнести:

– сформировать у студентов сознательное и ответственное отношение к речи, способствовать развитию у них ответственности за свою интеллектуальную деятельность и ее результаты;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» следует отнести:

- сформировать навыки по систематизации и представлению в рациональной форме любого знания;

- дать практические навыки логического анализа текста.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет логики.

Тема 2. Логический анализ языка.

Тема 3. Понятие.

Тема 4. Суждение.

Тема 5. Умозаключение.

Тема 6. Вопросно-ответные процедуры.

Тема 7. Логические основы теории аргументации.

Тема 8. Логические формы развития знания.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Физическая культура и спорт»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» следует отнести:

– формирование способности использовать разнообразные формы физической культуры и спорта в повседневной жизни для сохранения и укрепления своего здоровья и здоровья своих близких, семьи и трудового коллектива для качественной жизни и эффективной профессиональной деятельности;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» следует отнести:

- обеспечение понимания роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности.

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Практика: Гимнастика

Тема 2. Практика: Легкая атлетика

Тема 3. Практика: Спортивные игры

Тема 4. Практика: Специализация

Тема 5. Закрепление материала

Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Психология» следует отнести:

- повышение образованности молодых специалистов в вопросах научной психологии, вопросах их самореализации и самоутверждения в жизни и профессиональной деятельности;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Психология» следует отнести:

- формирование основных общекультурных компетенций, направленных на формирование культуры принятия личных и коллективных решений, способности эффективно работать в коллективе на результат;

- изучение и приобретение практических навыков по вопросам, связанным с постановкой и решением как профессиональных, так и жизненных проблем.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Место общей психологии в системе других наук, в структуре психологических дисциплин и практики.

Тема 2. Методология и методы психологического исследования.

Тема 3. Психофизиологическая проблема. Психика и мозг.

Тема 4. Деятельность и психика. Возникновение и развитие психики в филогенезе. Происхождение сознания. Сознание и деятельность.

Тема 5. Деятельность и обучение. Внешняя и внутренняя деятельность.

Интериоризация. Освоение деятельности. Учебная деятельность.

Тема 6. Основные виды и типы деятельности. Познавательная деятельность.

Общение и деятельность. Коммуникативная деятельность.

Тема 7. Проблема мотивации.

Тема 8. Эмоции и чувства. Основные теории эмоций.

Тема 9. Проблема личности в психологии. Структура личности.

Тема 10. Теории и типологии личности в зарубежной психологии.

Тема 11. Когнитивная психология. Познание и отражение. Образ в восприятии, мышлении и воображении. Опосредствование в познавательной деятельности.

Тема 12. Ощущение и восприятие.

Тема 13. Мышление. Виды мышления. Теории мышления. Творческое мышление. Мышление и обучение. Воображение.

Тема 14. Психологическое изучение речи.

Тема 15. Память. Процессы и виды памяти. Теории памяти в психологии.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Финансы, денежное обращение и кредит»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Финансы, денежное обращение и кредит» следует отнести:

– формирование у обучающихся системы знаний и умений в области финансов и денежного обращения:

- знаний о деньгах, денежно-кредитных и финансовых отношениях, взаимосвязи понятий и их логичности, функционировании финансов и их управлении;

- умений анализировать показатели, характеризующие денежное обращение, ориентироваться в финансовых понятиях.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Финансы, денежное обращение и кредит» следует отнести:

- сформировать у обучающихся необходимые теоретические знания по изучаемой дисциплине;

- сформировать целостное представление об устройстве финансов, денежном обращении и кредите;

- развить навыки организации финансовой работы;

- помочь обучающимся овладеть практическими навыками по управлению финансами.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность, функции и виды денег.

Тема 2. Финансы в рыночной экономике.

Тема 3. Финансы в рыночной экономике

Тема 4. Финансы организаций.

Тема 5. Характеристика банка как элемента банковской системы.

Тема 6. Экономические основы деятельности и операции коммерческого банка.

Тема 7. Экономические основы деятельности и операции коммерческого банка

Тема 8. Кредит: сущность, функции, законы, формы и виды.

Тема 9. Ценные бумаги в банковской системе.

Тема 10. Основы финансового менеджмента.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Ведение документации и деловая переписка»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Ведение документации и деловая переписка» следует отнести:

- применять правила делового этикета;
- поддерживать деловую репутацию;
- соблюдать требования культуры речи при устном, письменном обращении;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Ведение документации и деловая переписка» следует отнести:

- пользоваться простейшими приёмами саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;
- выполнять нормы, правила поведения и общения в деловой профессиональной обстановке;
- налаживать контакты с партнёрами.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Общие сведения об этической культуре. Профессиональная этика. Деловой этикет, его принципы.

Тема 2. Деловая переписка. Визитные карточки.

Тема 3. Культура телефонного общения.

Тема 4. Деловой протокол. Виды деловых приемов.

Тема 5. Общение и его функции. Классификация видов общения.

Тема 6. Роли и ролевые ожидания.

Тема 7. Успех делового общения.

Тема 8. Способности — важное условие успеха в профессиональной деятельности.

Аннотация рабочей программы дисциплины «История кино»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «История кино» следует отнести:

– формирование у студентов системы знаний и представлений об основных этапах развития отечественного и мирового кинематографа, школах, стилях и направлениях, сложившихся в процесс эволюции кино, механизмах его воздействия и структурообразующих элементах построения синтетического экранного образа;

К **основным задачам** освоения дисциплины «История кино» следует отнести:

-ознакомление студентов с основными вехами истории мирового киноискусства;

-овладение студентами знаниями по специфике кино, его выразительных средств;

-омысление общих и индивидуальных особенностей функционирования кинематографа в рамках национальных кинематографий.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Расцвет немого кино. Монтажно-поэтическое кино. Рождение звукового кино. Героические фильмы. Музыкальные комедии. Новаторский вклад киноискусства 50-х 60-х годов в историю отечественного кино. Развитие киноискусства в 70-е и 80-е годы.

Тема 2. Золотой фонд мирового кино. Истинное сыновнее кино последних лет. Зарождение и развитие кинематографа в Европе и Америке. Характеристика французского кино. Развитие кинопроизводства в Италии. Тематика американских фильмов.

Тема 3. Итальянский неореализм и современное кино Швеции. Немецкое кино в 80-е годы. Кино Японии, Китая. Кино Великобритании. Английская школа документального кино. Ведущие мастера испанского кино. Лучшие фильмы Польши, Венгрии, Болгарии, Греции. Мировой кинематограф конца XX-го и начала XXI-го века.

Тема 4. Место кинематографа в современной культуре. Кинопрофессии. Кино в дореволюционной России. Зарождение и формирование кинематографа. Героические фильмы: «Чапаев», «Щорс». Музыкальные комедии: «Веселые ребята», «Волга- Волга».

Тема 5. 10 шедевров советского кино: «Броненосец Потемкин», «Третья Мещанская», «Девушка с коробкой», «Чапаев», «Юность Максима», «Цирк», «Летят журавли», «Калина красная», «Андрей Рублев», «Белое солнце пустыни». Режиссеры: Н.Михалков, П.Чухрай, А.Балабанов, С.Звягинцев, В.Тодоровский.

Тема 6. Кино Великобритании. Английская школа документального кино. режиссеры: В. де Сика, Л.Висконти, Ф.Феллини, П.П.Пазолини.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы связей с общественностью»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы связей с общественностью» следует отнести:

– изучить основные методы влияния на целевые аудитории в сфере связей с общественностью;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы связей с общественностью» следует отнести:

- изучить специфические особенности комплекса связей с общественностью;

- изучить инструментарий связей с общественностью в сфере рекламы; дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет, цели и задачи курса связи с общественностью. Основные цели и задачи. Объект и предмет изучения. Определение понятия связи с общественностью как особой коммуникативной системы.

Тема 2. Методология изучения связей с общественностью.

Тема 3. Место связей с общественностью в системе социологического знания.

Тема 4. Воздействие как функция PR-коммуникации.

Тема 5. Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории связей с общественностью.

Тема 6. Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности.

Тема 7. Связи с общественностью и имиджелогия.

Тема 8. PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.

Тема 9. Взаимодействие связей с общественностью с другими видами управленческой деятельности.

Тема 10. PR-коммуникации как средства управления кризисами.

Тема 11. Информационное общество и связи с общественностью.

Тема 12. Теоретические и практические основания институализации связей с общественностью как системы управления.

Тема 13. Этнокультурные и социолингвистические основания связей с общественностью.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление рекламными проектами»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Управление рекламными проектами» следует отнести:

– дать представление студентам о современной технологии управления проектами и познакомить их с принципами использования проектного управления будущей профессиональной деятельности;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Управление рекламными проектами» следует отнести:

- изучение основных принципов управления рекламными проектами;
- ознакомление с основными технологиями проектного управления и их возможностями;
- ознакомление с компьютерными технологиями реализации управления проектами.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Современные концепции управления рекламным проектом. Базовые понятия и определения.

Тема 2. Процессы инициализации рекламного проекта.

Тема 3. Процессы исполнения рекламного проекта .

Тема 4. Процессы контроля и мониторинга рекламного проекта.

Тема 5. Процессы завершения рекламного проекта.

Тема 6. Управление содержанием и организацией рекламного проекта.

Тема 7. Управление продолжительностью рекламного проекта.

Тема 8. Управление привходящими моментами (изменениями, непредвиденными ситуациями, исправлением ошибок) рекламного проекта.

Тема 9. Управление ресурсами рекламного проекта.

Тема 10. Управление стоимостью рекламного проекта.

Тема 11. Управление качеством рекламного проекта.

Тема 12. Компьютерные технологии управления рекламными проектами.

Аннотация рабочей программы дисциплины «История кино»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «История кино» следует отнести:

– формирование у студентов системы знаний и представлений об основных этапах развития отечественного и мирового кинематографа, школах, стилях и направлениях, сложившихся в процесс эволюции кино, механизмах его воздействия и структурообразующих элементах построения синтетического экранного образа;

К **основным задачам** освоения дисциплины «История кино» следует отнести:

-ознакомление студентов с основными вехами истории мирового киноискусства;

-овладение студентами знаниями по специфике кино, его выразительных средств;

-омысление общих и индивидуальных особенностей функционирования кинематографа в рамках национальных кинематографий.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Расцвет немого кино. Монтажно-поэтическое кино. Рождение звукового кино. Героические фильмы. Музыкальные комедии. Новаторский вклад киноискусства 50-х 60-х годов в историю отечественного кино. Развитие киноискусства в 70-е и 80-е годы.

Тема 2. Золотой фонд мирового кино. Истинное сыновнее кино последних лет. Зарождение и развитие кинематографа в Европе и Америке. Характеристика французского кино. Развитие кинопроизводства в Италии. Тематика американских фильмов.

Тема 3. Итальянский неореализм и современное кино Швеции. Немецкое кино в 80-е годы. Кино Японии, Китая. Кино Великобритании. Английская школа документального кино. Ведущие мастера испанского кино. Лучшие фильмы Польши, Венгрии, Болгарии, Греции. Мировой кинематограф конца XX-го и начала XXI-го века.

Тема 4. Место кинематографа в современной культуре. Кинопрофессии. Кино в дореволюционной России. Зарождение и формирование кинематографа. Героические фильмы: «Чапаев», «Щорс». Музыкальные комедии: «Веселые ребята», «Волга- Волга».

Тема 5. 10 шедевров советского кино: «Броненосец Потемкин», «Третья Мещанская», «Девушка с коробкой», «Чапаев», «Юность Максима», «Цирк», «Летят журавли», «Калина красная», «Андрей Рублев», «Белое солнце пустыни». Режиссеры: Н.Михалков, П.Чухрай, А.Балабанов, С.Звягинцев, В.Тодоровский.

Тема 6. Кино Великобритании. Английская школа документального кино. режиссеры: В. де Сика, Л.Висконти, Ф.Феллини, П.П.Пазолини

Аннотация рабочей программы дисциплины «Риторика»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Риторика » следует отнести:
– повышение уровня коммуникативной компетенции студентов и развитие знаний в области риторики;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Риторика» следует отнести:

- освоение навыков правильного общения и взаимодействия между социальным субъектом, социальными группами, общностями и обществом в целом.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Ораторское искусство как социальное явление. Из истории ораторского искусства.

Тема 2. Культура речи. Нормы русского языка (орфоэпические, лексические, морфологические, синтаксические, стилистические).

Тема 3. Этика общения.

Тема 4. Подготовка к публичному выступлению. Принципы составления речи.

Тема 5. Изобретение содержания речи (инвенция). Расположение изобретенного (диспозиция). Словесное выражение (элокуция).

Тема 6. Логическое обоснование. Теоретическая аргументация. Способы убеждения.

Тема 7. Ловушки языка. Доводы в поддержку оценок.

Тема 8. Искусство ведения спора.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы рекламы»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы рекламы» следует отнести:

– изучение форм массовых коммуникаций, обеспечивающих продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы рекламы» следует отнести:

- изучение функций, видов, средств рекламы, рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в России, а также функций, институтов и технологий публичных рилейшнз.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность и функции рекламы.

Тема 2. Процесс рекламной деятельности.

Тема 3. Целевая аудитория рекламы.

Тема 4. Виды рекламы.

Тема 5. Реклама в периодической печати.

Тема 6. Реклама на телевидении.

Тема 7. Реклама на радио.

Тема 8. Формообразование в рекламе.

Тема 9. Организация работы рекламного агентства.

Тема 10. Рекламная служба в СМИ.

Тема 11. Политическая реклама

Тема 12. Социальная реклама.

Тема 13. Реклама в структуре публичных рилейшнз.

Тема 14. Эффективность рекламы.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Кризисный менеджмент в рекламе»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Кризисный менеджмент в рекламе» следует отнести:

– сформировать целостное представление о научной концепции кризисного менеджмента в рекламе на основе изучения закономерностей развития экономических систем, теоретических основ кризисного менеджмента, методологии распознавания, диагностики, принятия и реализации управленческих решений по предотвращению или преодолению выхода экономики России из состояния рецессии.;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Кризисный менеджмент в рекламе» следует отнести:

- ознакомление с понятийным аппаратом в области кризисного менеджмента;
- освоение бакалаврами основных научных подходов к обоснованию причин возникновения кризисных явлений в рекламе;
- изучение этапов, механизмов, форм и методов реализации инструментов антикризисного менеджмента на различных стадиях жизненного цикла функционирования рекламной деятельности;
- приобретение бакалаврами практических знаний и навыков по обоснованию и оценке выхода из кризисной ситуации в рекламной деятельности.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Кризисы в социально-экономическом развитии рекламы.

Тема 2. Обеспечение экономической безопасности в процессе кризисного менеджмента.

Тема 3. Технология антикризисного менеджмента.

Тема 4. Антикризисные управляющие, их назначение и особенности деятельности.

Тема 5. Роль инноваций в антикризисном менеджменте.

Тема 6. Бизнес-процессы как элемент системы антикризисного управления субъектом рекламной деятельности.

Тема 7. Социальное партнерство в кризисном менеджменте .

Тема 8. Маркетинг в антикризисном менеджменте.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Компьютерная графика»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Компьютерная графика» следует отнести:

– подготовить будущего дизайнера к самостоятельной практической работе над проектами с применением современных цифровых технологий;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Компьютерная графика» следует отнести:

- познакомить студентов с основами компьютерной графики, научить пользоваться векторными и растровыми графическими редакторами, а также системами трехмерного моделирования.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Способы представления цифровых изображений.

Тема 2. Цвет и цветовые модели.

Тема 3. Форматы графических файлов.

Тема 4. Основные приемы работы с векторными изображениями.

Тема 5. Работа с кривыми.

Тема 6. Трансформации.

Тема 7. Работа с текстом.

Тема 8. Создание растровых изображений.

Тема 9. Обработка готовых изображений.

Тема 10. Специальные приемы работы.

Тема 11. Интерфейс и элементы управления в 3DS-Max.

Тема 12. Объекты программы и управление ими.

Тема 13. Построение трехмерных примитивов.

Тема 14. Создание плоских форм.

Тема 15. Построение трехмерных объектов (лофтинг).

Тема 16. Редактор материалов.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Количественные методы в социальных науках»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Количественные методы в социальных науках» следует отнести:

– сформировать у бакалавров знания количественные методов в социальных науках и основные методы исследования управленческих проблем;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Количественные методы в социальных науках» следует отнести:

– развитие умений разработки программы социологического исследования, организационной подготовки и проведения социальных исследований; обработки, анализа и интерпретации полученных эмпирических социологических данных;

– овладение бакалаврами практическими навыками научного анализа социальных явлений, процессов и конкретных проблем управленческой деятельности.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Виды количественных методов в социальных науках.

Тема 2. Количественная стратегия в социологическом исследовании.

Тема 3. Программа социологического исследования.

Тема 4. Выборочный метод в социологическом исследовании.

Тема 5. Вопрос в социологическом исследовании.

Тема 6. Опросные методы в социологическом исследовании.

Тема 7. Социологическое наблюдение.

Тема 8. Измерение в социологии.

Тема 9. Методы анализа документов в социологии.

Тема 10. Проекционные методы и тесты в социологии.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Финансы рекламной фирмы»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Финансы рекламной фирмы» следует отнести:

– изучение студентами основных принципов и особенностей экономики рекламной деятельности, развитие у них понимания взаимосвязи рекламы с другими видами деятельности, экономического мышления, необходимого для понимания и оценки реальных аспектов рекламного дела, принятия управленческих, финансовых, маркетинговых решений;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Финансы рекламной фирмы» следует отнести:

- усвоение основных понятий и принципов, связанных с функционированием рекламного агентства, ознакомление с современным состоянием рекламного бизнеса;

- закрепление знаний и навыков анализа деловых ситуаций, связанных с рекламным бизнесом, и принятия решений в практической деятельности.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Рекламная деятельность и ее место в экономике.

Тема 2. Рекламный рынок и структура рекламного рынка.

Тема 3. Экономические основы системы сбыта рекламной продукции и услуг.

Тема 4. Ценообразование на рынке рекламы.

Тема 5. Экономические аспекты стимулирования сбыта на рынке рекламной продукции и услуг.

Тема 6. Планирование и бюджетирование в рекламной деятельности. Оценка результатов рекламной деятельности.

Тема 7. Современные тенденции в рекламном бизнесе.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление рисками в рекламе»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Управление рисками в рекламе» следует отнести:

– дать представление об основах моделирования экономических процессов в условиях риска, способствовать приобретению навыков в определении оптимальных стратегий в ситуациях, связанных с риском на основе использования различных методов;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Управление рисками в рекламе» следует отнести:

- трансформация полученных экономических знаний, ориентированных, в основном, на детерминированные экономические процессы в различных направлениях.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Классификация и характеристика рисков.

Тема 2. Методы управления рисками.

Тема 3. Экономическая сущность страхования.

Тема 4. Государственное регулирование и организация страховой деятельности.

Тема 5. Финансы страховой организации.

Тема 6. Договор страхования.

Тема 7. Управление персональными рисками и личное страхование.

Тема 8. Страхование жизни.

Тема 9. Управление рисками владельцев имущества и страхование имущества.

Тема 10. Управление рисками юридической ответственности и страхование ответственности.

Тема 11. Страхование предпринимательских и финансовых рисков.

Тема 12. Перестрахование и сострахование.

Тема 13. Актуарные расчеты в страховании.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Этика делового общения»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Этика делового общения» следует отнести:

– овладение студентами знаний о различных формах делового общения, позволяющих достигать конструктивного результата при деловом взаимодействии;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Этика делового общения» следует отнести:

- усвоение понятийно-категориального аппарата дисциплины
- знакомство со структурой делового общения
- знакомство с вербальной и невербальной культурой делового общения
- изучение основных форм делового общения и психологических приемов конструктивного их ведения
- усвоение психологических основ конфликтного взаимодействия и изучение основных стратегий поведения в конфликте.

Содержание разделов дисциплины

- Тема 1. Сущность делового общения.
- Тема 2. Психология влияния в деловом общении.
- Тема 3. Основные коммуникативные навыки.
- Тема 4. Деловое общение в группе.
- Тема 5. Деловая беседа.
- Тема 6. Деловое общение по телефону.
- Тема 7. Деловые переговоры.
- Тема 8. Презентация и деловые публичные выступления.
- Тема 9. Деловые совещания.
- Тема 10. Конфликты в деловом общении.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности» следует отнести:

–подготовка студентов к деятельности в соответствии с квалификационной характеристикой бакалавра по направлению, в том числе формирование знаний об основах и специфике правового регулирования отношений в сфере рекламы и PR.;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности» следует отнести:

- выработка навыков применения норм законодательства Российской Федерации в ходе будущей профессиональной деятельности;
- подготовка документации (соглашений, договоров, контрактов).

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Реклама и связи с общественностью как объекты правового регулирования.

Тема 2. Информационное право как основа регулирования в сфере PR-деятельности и рекламы.

Тема 3. Реклама как разновидность информации. Общие требования к рекламе.

Тема 4. Правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной, наружной, рекламы отдельных товаров и услуг и др.

Тема 5. Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодистрибуторов.

Тема 6. Гражданско-правовые отношения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодистрибуторов. Договоры в сфере рекламы и PR.

Тема 7. Правовая охрана интеллектуальной собственности в сфере рекламы и PR –деятельности.

Тема 8. Юридическая ответственность в сфере рекламы и PR –деятельности.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление инновациями в рекламе»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Управление инновациями в рекламе» следует отнести:

– получение, углубление и закрепление полученных знаний методологических основ исследования инновационных процессов, происходящих в обществе, формирование у студентов способности к принятию эффективных решений в области управления инновациями;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Управление инновациями в рекламе» следует отнести:

- изучение теоретических основ воздействия рекламы на инновационную деятельность;

- приобретение навыков анализа инновационных процессов на основе обобщения мирового опыта и учета российской действительности;

- развитие умений принятия и реализации управленческих инновационных решений.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет и содержание дисциплины. Основные понятия.

Тема 2. Теории инновационного рекламного развития.

Тема 3. Инновационные рекламные процессы: виды, этапы, сущность, содержание.

Тема 4. Национальные инновационные рекламные системы.

Тема 5. Организация и управление инновационной рекламной деятельностью.

Тема 6. Конкурентноспособность: понятие, факторы, условия обеспечения.

Тема 7. Управление инновационной рекламной деятельностью на предприятии.

Тема 8. Управление инновационными рекламными проектами и программами.

Тема 9. Предпринимательство в инновационной рекламной сфере.

Тема 10. Разработка и презентация инновационного рекламного проекта по конкретным сферам управления столичным мегаполисом.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический маркетинг»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» следует отнести:

– показать роль стратегического маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» следует отнести:

- содействие изучению аналитических аспектов маркетинга, процесса получения и анализа маркетинговой информации для разработки ориентированной на рынок стратегии развития предприятия.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность стратегического маркетинга.

Тема 2. Анализ потребностей и определение базового рынка.

Тема 3. Анализ конкуренции и конкурентоспособности предприятия.

Тема 4. Формулирование рыночной стратегии.

Тема 5. Выбор маркетинговых стратегий.

Тема 6. Разработка функциональных маркетинговых стратегий.

Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии и управление ею.

Тема 8. Маркетинг- аудит стратегического маркетинга.

Тема 9. Бенчмаркинг эффективной реализации маркетинговых стратегий.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Корпоративный и потребительский бренд»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Корпоративный и потребительский бренд» следует отнести:

– формирование понимания логики, принципов и технологий современного коммуникативного процесса и бренд-коммуникаций;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Корпоративный и потребительский бренд» следует отнести:

- всестороннее знакомство и изучение технологий и инструментов корпоративного и потребительского бренда в его коммуникативном, потребительском, социальном, политическом, гуманитарном, прикладном и профессиональном измерении.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в предмет.

Тема 2. Управление брендом: корпоративная идентичность и фирменный стиль.

Тема 3. Управление брендом: ребрендинг.

Тема 4. Особенности брендинга в различных сферах.

Тема 5. Работа с креативными отделами.

Тема 6. Рекламные коммуникации.

Тема 7. Продвижение бренда в социальных сетях и работа с новыми медиа.

Тема 8. Медиа коммуникации.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Мировая политика и международные отношения»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Мировая политика и международные отношения» следует отнести:

– раскрыть сущность межкультурной коммуникации как диалога родной и иноязычной культур в процессе речевого взаимодействия носителей данных культур;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Мировая политика и международные отношения» следует отнести:

- развить межкультурную компетенцию и способность правильной интерпретации различных видов коммуникативного поведения инофонов на основе изучения ключевых понятий общей теории коммуникации и теории межкультурной коммуникации.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. История развития теории международной коммуникации.

Тема 2. Механизмы международной коммуникации и ее составляющие.

Тема 3. Понятие культуры международных коммуникаций.

Тема 4. Коммуникация как взаимодействие говорящих сознаний.

Тема 5. Проблема «чужеродности» культуры и этноцентризм. Теоретические и методологические основы международных коммуникаций.

Тема 6. Межкультурная коммуникация как особый тип коммуникации.

Тема 7. Проблема прецедентных феноменов в международных коммуникациях.

Тема 8. Проблема стереотипов в межкультурной коммуникации.

Тема 9. Национально-культурные особенности обществ.

Тема 10. Коды культуры и эталоны русского мира.

Тема 11. «Свой среди чужих». Проблема культурного шока и межкультурная адаптация.

Тема 12. Коммуникативные стратегии и этикетные нормы.

Тема 13. Корпоративная культура и межкультурная коммуникация.

Аннотация рабочей программы дисциплины «История театра»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «История театра» следует отнести:

– выявление места и специфики театрального искусства в системе искусств, выделение основных этапов развития мирового и отечественного театрального искусства, творчества его крупнейших представителей;

К **основным задачам** освоения дисциплины «История театра» следует отнести:

- ознакомление студентов с основными направлениями театрального искусства, теорией и практикой крупнейших деятелей театральной культуры различных эпох. При этом особое место уделяется значению классического наследия в поисках и приобретениях деятелей театра за всю его многовековую историю.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Театр как вид искусства.

Тема 2. Античный театр.

Тема 3. Театр эпохи Средневековья.

Тема 4. Театр эпохи Возрождения: английский, итальянский и испанский театры.

Тема 5. Французский театр эпохи классицизма.

Тема 6. Театр эпохи Просвещения: английский, итальянский и французский, немецкий театры.

Тема 7. Театр XIX века. Общая характеристика.

Тема 8. Театр XX века. Общая характеристика.

Тема 9. Русский театр от истоков до конца XVIII века.

Тема 10. Русский театр XIX века.

Тема 11. Русский театр конца XIX – начала XX века (до 1917 г.).

Тема 12. Советский театр 20–50-х гг. XX века (1917– 1956).

Тема 13. Советский театр II половины XX века.

Тема 14. Основные тенденции развития современного театра.

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы
медиапланирования»**

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы медиапланирования» следует отнести:

– дать студентам целостное представление о системе медиапланирования в маркетинге, сформировать у студентов четкое представление об планировании во всех направлениях медиа, как области знаний и сфере деятельности.;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы медиапланирования» следует отнести:

- научить студентов алгоритму создания эффективной рекламной кампании, грамотно используя инструменты медиапланирования, что позволит выбирать оптимальные программы размещения рекламного материала используя параметры коммуникативной эффективности плана рекламной кампании и учитывая возможности оптимизации бюджета.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие медиапланирования, основные показатели.

Тема 2. Стратегия и тактика медиапланирования.

Тема 3. Исследования аудитории СМК. Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой.

Тема 4. Понятие и организация рекламной кампании.

Тема 5. Расчет бюджета рекламной кампании.

Тема 6. Медиаплан

Тема 7. Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка средств массовой информации.

Тема 8. Программное обеспечение медиапланирования.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Политическая реклама»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Политическая реклама» следует отнести:

– освоение теоретических и методологических подходов у изучению политической рекламы, приобретение профессиональных навыков анализа и разработки рекламного продукта ;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Политическая реклама» следует отнести:

- усвоение теоретического курса дисциплины: понятия, виды, функции политической рекламы и история ее становления;

- освоение современных методов и инструментов бизнес-планирования.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Политическая реклама как социальное явление.

Тема 2. Политическая реклама в системе электорального маркетинга.

Тема 3. Жанры политической рекламы.

Тема 4. Создание текста и дизайна политической рекламы.

Тема 5. Манипуляция в политической рекламе.

Тема 6. Политическая реклама в современной России.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология восприятия рекламного и PR-продукта»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Психология восприятия рекламного и PR-продукта» следует отнести:

– формирование у студентов представлений о предмете психологии рекламы, о феноменах и закономерностях создания рекламы, представления о PR как об одной из отраслей психологии, о ее функциях, структуре, предоставлении полной классификации механизмов работы с общественностью;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Психология восприятия рекламного и PR-продукта» следует отнести:

-сформировать у обучающихся представление о современных технологиях, применяемых в российской и международной практике PublicRelations, изучение тенденций развития рынка и технологий PR, эффективного инструментария коммуникационной работы и продвижения политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях информационного общества и развития информационно-коммуникационных технологий.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Основные этапы становления рекламы.

Тема 2. Основные принципы создания рекламы

Тема 3. Особенности PR-деятельности как вида рекламы и как коммуникативного воздействия.

Тема 4. Определение PR. Имидж, репутация, паблисити в системе общественных связей.

Тема 5. Понятия «корпоративный» PR и продуктовый (бренд) PR.

Тема 6. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК).

Тема 7. Стратегия PR-кампании и стратегический PR: пять основных правил

Тема 8. Дифференциация СМИ.

Тема 9. Креатив в рекламе и креатив в PR: сходства и различия. Технология создания креатива в PR. Креативная стратегия и создание BigIdea.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью в органах власти»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» следует отнести:

– формирование у обучающихся знаний и практических навыков в области связей с общественностью (PR), способствующих поиску эффективных форм взаимодействия органов власти с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» следует отнести:

- ознакомление студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в органах власти

- сообщение теоретических и фактических знаний, необходимых для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями

- формирование базового понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления информационных процессов в органах государственной власти и управления.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Связи с общественностью в органах власти как научная дисциплина.

Тема 2. Общественное мнение: понятие, исследование.

Тема 3. Внутрикorporативная и общекorporативная политика в учреждениях органов власти.

Тема 4. PR и средства массовой информации.

Тема 5. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления.

Тема 6. Основные практические мероприятия PR.

Тема 7. Имидж органов власти: основные компоненты, технологии и методы его продвижения.

Тема 8. Технология использования PR органами власти в кризисных ситуациях.

Тема 9. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства.

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Интегрированные
бренд-коммуникации»**

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Интегрированные бренд-коммуникации» следует отнести:

– освоение знаний и приобретение умений по применению действующего законодательства о рекламе, о мероприятиях по стимулированию сбыта, а также формирования общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Интегрированные бренд-коммуникации» следует отнести:

- формирование у обучающего знаний, умений, навыков, приобретенных компетенций интегрирует знания в области прямого маркетинга, рекламной деятельности, мероприятий публичных рилейшнз и стимулирования сбыта для решения исследовательских и прикладных задач маркетинговой деятельности предприятия.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Интегрированные бренд-коммуникации.

Тема 2. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 3. Социально-психологические основы рекламы.

Тема 4. Международная реклама.

Тема 5. Связи с общественностью в системе интегрированных бренд-коммуникаций.

Тема 6. Прямой маркетинг в системе интегрированных бренд-коммуникаций.

Тема 7. Стимулирование сбыта и продаж в ИМК

Тема 8. Оценка эффективности интегрированных коммуникационных стратегий предприятия.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» следует отнести:

– формирование у студентов системных знаний о концептуальных основах коммуникационного менеджмента как научного управления потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований с целью решения стратегических задач в развитии общественных отношений;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» следует отнести:

- выработать у студентов понимание теоретических положений, сущности, процесса, функций коммуникационного менеджмента, его специфики в различных сферах деятельности и ситуациях;

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Концептуальные основы коммуникационного менеджмента.

Тема 2. Коммуникационный менеджмент как процесс.

Тема 3. Персонал коммуникационного менеджмента.

Тема 4. Сферы деятельности коммуникационного менеджмента.

Тема 5. Особенности коммуникационного менеджмента в кризисных и конфликтных ситуациях.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Международный маркетинг»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Международный маркетинг» следует отнести:

– формирование специфики международного маркетинга;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Международный маркетинг» следует отнести:

- приобрести теоретические знания и практические навыки по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность международного маркетинга, глобализация экономики и стратегии международного развития.

Тема 2. Международная среда: экономическая и политическая среда международного маркетинга.

Тема 3. Специфика культурной среды международного маркетинга.

Тема 4. Маркетинговые исследования на мировых рынках.

Тема 5. Особенности сегментации мирового рынка.

Тема 6. Стратегии выхода на зарубежные рынки, прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке.

Тема 7. Деятельность транснациональных корпораций на мировом рынке.

Тема 8. Товарные стратегии в международном маркетинге.

Тема 9. Системы товародвижения в международном маркетинге.

Тема 10. Ценообразование в международном маркетинге.

Тема 11. Международные коммуникационные стратегии.

Тема 12. Сравнительный анализ международного и российского кодексов рекламной практики.

Тема 13. Управление международным маркетингом.

Тема 14. Информационно - технологическая среда международного маркетинга.

Тема 15. ВТО: структура, функции, организация и направления деятельности.

Тема 16. Проблемы и преимущества членства РФ в ВТО.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Копирайтинг»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Копирайтинг» следует отнести:

– подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Копирайтинг» следует отнести:

- дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;

- определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;

- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;

- сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса.

Тема 2. Особенности личности копирайтера.

Тема 3. Методы создания печатной рекламы.

Тема 4. Творческая платформа и концепция рекламы.

Тема 5. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы.

Тема 6. Заголовок – основной элемент рекламного текста. Типы заголовков.

Тема 7. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип.

Тема 8. Основной текст рекламного объявления.

Тема 9. Классификация стилей рекламных текстов и различных подходов, используемых при их создании.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Лидерство»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Лидерство» следует отнести:

–формированию активной жизненной позиции, развитию методологической культуры в сфере научно-исследовательской и управленческой деятельности в области психологии лидерства и управления командой;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Лидерство» следует отнести:

- овладение необходимым объемом знаний и навыков в области психологии лидерства и управления командой;
- формирование научного мировоззрения и представления об особенностях лидерства и управления командой.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1.Функция лидера в современном обществе

Тема 2.История зарождения и развития психологии лидерства

Тема 3.Личностные характеристики лидера

Тема 4.Механизмы выдвижения в лидеры

Тема 5.Понятие команды, типы команд

Тема 6.Социально-психологическая структура команды

Аннотация рабочей программы дисциплины «Мерчендайзинг»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Мерчендайзинг» следует отнести:

– приобретение теоретических знаний и формирование практических умений и навыков в области мерчендайзинга

К **основным задачам** освоения дисциплины «Мерчендайзинг» следует отнести:

- сформировать у студентов умения самостоятельно приобретать, усваивать и применять теоретические знания в области мерчендайзинга для анализа и решения конкретных проблем;

- изучить концепцию мерчендайзинга, правила и методы мерчендайзинга, особенности мерчендайзинга;

- получить навыки практической деятельности по обоснованию и выбору оптимальных решений в области мерчендайзинга.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Основные понятия и определения мерчендайзинга. Новые технологии в мерчендайзинге.

Тема 2. Поведение потребителя как компонент технологий мерчендайзинга.

Тема 3. Особенности применения технологий мерчендайзинга в рекламной сфере.

Тема 4. Комплекс продвижения товаров в местах продаж.

Тема 5. Сбор маркетинговой информации и оценка эффективности мерчендайзинга.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Нейминг»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Нейминг» следует отнести:

– формирование у студентов необходимой базы теоретических знаний и практических навыков в сфере нейминга как теоретической и практической дисциплины, а также специфической технологии (предбрендинг);

К **основным задачам** освоения дисциплины «Нейминг» следует отнести:

- рассмотрение нейминга как науки и технологии
- изучение лингвофилософских, семиотических, социолингвистических и лингвокультурных основ нейминга
- системы русского языка как основы нейминга
- формирование навыков творческого подхода к организации процесса нейминга.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность нейминга.

Тема 2. Система русского языка как основа русского нейминга.

Тема 3. Фонетика коммерческих названий.

Тема 4. Ономастика русского нейминга

Тема 5. Словообразование коммерческих названий.

Тема 6. Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.

Тема 7. Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах.

Тема 8. Творческая лаборатория организации процесса нейминга.

Тема 9. Проблема эффективности коммерческих названий.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современный политический процесс в России»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Современный политический процесс в России» следует отнести:

– формирование и развитие способностей к аналитическому мышлению, ориентации в современной политической жизни России и умения творчески исследовать новые политические реалии;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Современный политический процесс в России» следует отнести:

- способствовать активизации познавательной деятельности и гражданской ответственности студентов, компетентной ориентации в сложных, противоречивых политических процессах современной России, основанной на творческом осмыслении политических реалий прошлого и современного развития гражданского общества и государства, формированию политического сознания, адекватного современному восприятию политической действительности.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Структура и субъекты политического процесса в современной России.

Тема 2. Эволюция политических режимов и форм правления в России XX-XXI вв.

Тема 3. Эволюция партийно-политической системы Российской Федерации.

Тема 4. Политическая модернизация в России: поиск альтернативы.

Тема 5. Проблемы демократического процесса в России XX-XXI вв.

Тема 6. Перспективы становления и развития гражданского общества в современной России.

Тема 7. Политические интересы социальных групп: лоббизм и терроризм в современной России.

Тема 8. Особенности политического лидерства и правящей элиты в России XX-XXI вв.

Тема 9. Избирательный процесс в России.

Тема 10. Политические партии и общественные объединения.

Тема 11. Россия в мировом политическом процессе.

Тема 12. Национальная безопасность и военная политика России.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Основы бренд-менеджмента»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы бренд-менеджмента» следует отнести:

– овладение студентами теоретическими основами формирования, управления и развития бренда;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы бренд-менеджмента» следует отнести:

- повышение компетентности специалиста по связям с общественностью в сферах экономического, политического и социального брендинга, создания и развития торговых марок, формирования политических, территориальных и социальных брендов.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Торговая марка и бренд: основные понятия и определения.

Тема 2. Макросреда и марочная стратегия фирмы.

Тема 3. Понятие и сущность бренд-менеджмента.

Тема 4. Основные этапы брендинга.

Тема 5. Особенности бренд-менеджмента в России.

Тема 6. Сущность и основные особенности политического брендинга.

Тема 7. Социальный и территориальный бренд-менеджмент.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью рекламного предприятия»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью рекламного предприятия» следует отнести:

– дать студентам знания по управлению маркетинговой деятельностью организации в условиях рынка, особое внимание уделяется пониманию маркетинга как инструмента достижения коммерческих успехов предприятия на основе эффективного использования его потенциала с ориентацией на потребителя в условиях конкурентной среды;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью рекламного предприятия» следует отнести:

-изучение общих вопросов управления маркетингом и знакомство с современными формами корпоративной маркетинговой деятельности;

-формирование у слушателей категорийного аппарата маркетинговых понятий в приложении к управленческой сфере;

-обзор вопросов определения управления отбором целевых рынков, сегментации, моделирования потребительского поведения, выбора конкурентного преимущества.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.

Тема 2. Управление маркетингом на корпоративном уровне.

Тема 3. Управление маркетингом на функциональном уровне.

Тема 4. Управление маркетингом на инструментальном уровне.

Тема 5. Функциональные связи маркетинга на предприятии.

Тема 6. Конкурентные преимущества предприятия.

Тема 7. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге.

Тема 8. Контроль, оценка и аудит маркетинга.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Связи с общественностью»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Связи с общественностью» следует отнести:

– изучить основные методы влияния на целевые аудитории в сфере связей с общественностью;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Связи с общественностью» следует отнести:

- изучить специфические особенности комплекса связей с общественностью;

- изучить инструментарий связей с общественностью в сфере рекламы; дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет, цели и задачи курса связи с общественностью. Основные цели и задачи. Объект и предмет изучения. Определение понятия связи с общественностью как особой коммуникативной системы.

Тема 2. Методология изучения связей с общественностью.

Тема 3. Место связей с общественностью в системе социологического знания.

Тема 4. Воздействие как функция PR-коммуникации.

Тема 5. Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории связей с общественностью.

Тема 6. Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности.

Тема 7. Связи с общественностью и имиджелогия.

Тема 8. PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.

Тема 9. Взаимодействие связей с общественностью с другими видами управленческой деятельности.

Тема 10. PR-коммуникации как средства управления кризисами.

Тема 11. Информационное общество и связей с общественностью.

Тема 12. Теоретические и практические основания институализации связей с общественностью как системы управления.

Тема 13. Этнокультурные и социолингвистические основания связей с общественностью.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Психология рекламы»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Психология рекламы» следует отнести:

– у студентов теоретических знаний и практических навыков в области психологии рекламы (психологии познавательных процессов), социальной психологии, психологии труда и психологии управления;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Психология рекламы» следует отнести:

- сформировать у студентов системные представления о психологических закономерностях, сопровождающих рекламные явления в сфере бизнеса и предпринимательства, о психологических методах исследования и оптимизации этих явлений, о психологических особенностях деятельности специалистов в области бизнеса и рекламы.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в психологию бизнеса и рекламы.

Тема 2. Психологические основы бизнеса и предпринимательства.

Тема 3. Экономические и психологические основы маркетинга.

Тема 4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. История возникновения и развития рекламы.

Тема 6. Психологические особенности средств рекламы.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг и финансы в бренд-менеджменте»

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Бренд-менеджмент в рекламе и связях с общественностью

К **основным целям** освоения дисциплины «Маркетинг и финансы в бренд-менеджменте» следует отнести:

– анализ содержаний и важнейших направлений развитие маркетинга и финансов;

К **основным задачам** освоения дисциплины «Маркетинг и финансы в бренд-менеджменте» следует отнести:

- рассмотреть основные виды финансов в маркетинге на этапе развития современной рыночной экономики, проанализировать особенности и специфику маркетинга и финансов, а также провести анализ рынка финансовых услуг и основных этапов маркетингового процесса в коммерческом банке и рассмотреть процесс создания организационной структуры маркетинга и финансов и их эффективность.

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Специфика маркетинга и финансов и их источники.

Тема 2. Анализ рынка финансовых продуктов в целях маркетинга.

Тема 3. Финансовые услуги в России и за рубежом.

Тема 4. Разработка комплексной программы маркетинга: стратегическое и текущее планирование и реализация ее в коммерческом банке.

Тема 5. Ценовая политика банка. Целевые сегменты рынка для деятельности коммерческих банков.

Тема 6. Политика, определяющая внешние характеристики финансовых продуктов и услуг, и их ассортимент.

Тема 7. Необходимость внедрения маркетинга в деятельность финансов.

Тема 8. Организационная структура финансового маркетинга.

Тема 9. Маркетинговый контроль в коммерческих финансах.

Тема 10. Стратегическое планирование и его роль в деятельности коммерческих финансов.