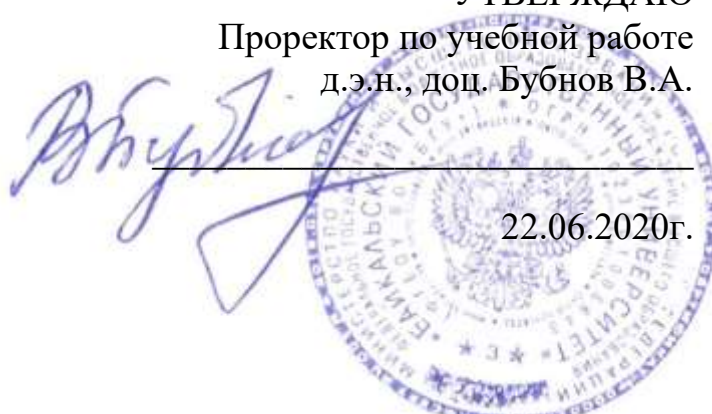


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
д.э.н., доц. Бубнов В.А.



22.06.2020г.

**Аннотации рабочих программ дисциплин и междисциплинарных курсов по основной профессиональной образовательной программе высшего образования**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Иркутск 2020

## Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.1. Философия

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Философия» является постижение теоретических подходов к выработке мировоззренческих установок, нравственных и гражданских качеств личности и творческого мышления, а также навыка философского анализа современных общественных проблем с применением системного подхода.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "История зарубежной литературы", "Основы теории массовой коммуникации", "Политология"
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-1, УК-5
<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мировоззрение, его сущность, структура и типология</li> <li>2. Предмет философии, ее роль в жизни человека и общества</li> <li>3. Исторические типы философии</li> <li>4. Философское понимание мира</li> <li>5. Проблема сознания в философии</li> <li>6. Познание, его возможности и границы. Системный подход в познании</li> <li>7. Социальная философия как наука. Системный подход в исследовании общества</li> <li>8. Культура как феномен общественной жизни. Этика и мораль</li> <li>9. Проблема человека в философии</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, коллоквиум, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, творческое задание, тест, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:          КиберЛенинка (<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>), Электронная библиотека Института философии РАН (<a href="http://www.philosophicalclub.ru/?an=biblio">http://www.philosophicalclub.ru/?an=biblio</a>), Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>), Учебники онлайн (<a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a>), Электронная библиотека книг (<a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a>), Консультант Плюс - информационно-справочная система (<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office), СПО для обработки текстов, электронных таблиц, презентаций, графики, базы данных (OpenOffice.org).</p>

<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	коллоквиум - 2 на 20 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 8 на 40 баллов, творческое задание - 2 на 10 баллов, тест - 1 на 5 баллов, эссе - 5 на 25 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.2. Менеджмент**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Самоменеджмент» является формирование и углубление теоретических знаний и практических навыков, связанных со способностью определять задачи в соответствии с целями, ресурсами и ограничениями, осуществлять социальное взаимодействие в соответствии с ролью в команде, управлять временем и осуществлять саморазвитие на основе принципов образования.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Поведение потребителей", "Связи с общественностью в коммерческой сфере"
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-2, УК-3, УК-6
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Менеджмент и организация 2. История управленческой мысли 3. Функции менеджмента 4. Самоменеджмент как технология эффективной деятельности человека в организации 5. Эффективное командное взаимодействие и деловое общение
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, доклад, сообщение, кейс-study, разноуровневые задачи и задания, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Справочно-правовая система (Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader 11), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 3 на 15 баллов, доклад, сообщение - 1 на 5 баллов, кейс-study - 4 на 20 баллов, разноуровневые задачи и задания - 1 на 5 баллов, творческое задание - 3 на 15 баллов, тест - 8 на 40 баллов
<b>Формы промежуточной</b>	Экзамен.

аттестации	
------------	--

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.3. Социология

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Социология» является изучение социологической методологии познания общества и его межкультурного разнообразия, позволяющих осуществлять диагностику социальных проблем и пути интеграции с учетом особенностей социокультурных и ценностных систем.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Методика маркетинговых исследований", "Поведение потребителей", "Маркетинг территорий", "Политология"
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-3, УК-5
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Понятие социологии как науки 2. Роль культуры в функционировании общества. 3. Понятие личности в социологии. 4. Социальные группы и общности. 5. Социальное действие, взаимодействие и поведение. Социальный контроль и девиация. 6. Социальная стратификация и социальная мобильность. 7. Социальные институты. 8. Методика социологического исследования.
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, кейс-study, коллоквиум, контрольная работа, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, творческое задание
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных ( <a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a> ), Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru/">http://cyberleninka.ru/</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="http://biblio-online.ru">biblio-online.ru</a> ( <a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> ), "Экономическая социология" ( <a href="http://ecsoc.ru/">http://ecsoc.ru/</a> ), ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система от правообладателя ( <a href="http://www.book.ru/">http://www.book.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> ), Высшая школа экономики ( <a href="http://www.hse.ru/">http://www.hse.ru/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	кейс-study - 3 на 13 баллов, коллоквиум - 1 на 15 баллов, контрольная работа - 3 на 27 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 6 на 18 баллов, творческое задание - 5 на 27 баллов

<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.
---------------------------------------	--------

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.4. Иностранный язык**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Иностранный язык» является формирование и развитие коммуникативной компетенции, достаточной и необходимой для осуществления коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в России и за рубежом, а также (при необходимости) для последующего совершенствования умений и навыков оперирования английским языком в профессиональной деятельности.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-1, УК-4
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Знакомство с деловым партнером (Introduction) 2. Моя работа и мои обязанности (Work and Leisure ) 3. Решение проблем на рабочем месте (Problems) 4. Деловые поездки (Travel) 5. Встреча делового партнера (Food and Entertaining) 6. Покупка и продажа (Buying and Selling )
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, кейс-study, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронный словарь English-English Dictionary ( <a href="http://www.dictionary.com/">http://www.dictionary.com/</a> ), Электронный словарь On-line Dictionaries ( <a href="http://www.onelook.com/">http://www.onelook.com/</a> ), Аудирование ( <a href="http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/donthangup/">http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/donthangup/</a> ), Аудирование ( <a href="http://www.breakingnewsenglish.com">http://www.breakingnewsenglish.com</a> ), Аудирование ( <a href="http://www.film-english.com">http://www.film-english.com</a> ), Useful English ( <a href="https://www.usefulenglish.ru">https://www.usefulenglish.ru</a> ), Grammar and Practice Tests ( <a href="https://www.grammarbank.com">https://www.grammarbank.com</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 5 на 29 баллов, кейс-study - 6 на 30 баллов, творческое задание - 1 на 5 баллов, тест - 6 на 36 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.5. Русский язык и культура делового общения**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Русский язык и культура делового общения» является формирование системы знаний в области русского языка как государственного,
---------------------------------	--

	коммуникативных умений и навыков культуры делового общения, а также практического опыта осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Создание медиаконтента", "Теория и практика связей с общественностью"
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-4
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Язык, речь, коммуникация как основы формирования универсальной компетенции в области русского языка как государственного 2. Культура устной и письменной деловой речи 2.1. Фонетические нормы 2.2. Лексические средства в деловой речи. Лексика деловой речи 2.3. Употребление отдельных морфологических средств языка в деловой речи 2.4. Синтаксические средства в деловой речи 3. Письменное деловое общение 3.1. Личные документы: содержание, композиция, языковые средства. 3.2. Официально-распорядительные и информационно-справочные документы: содержание, композиция, языковое оформление 3.3. Деловая переписка: современное деловое письмо 4. Устное деловое общение 4.1. Виды делового общения: деловая беседа; разговор по телефону; презентация; деловые переговоры 4.2. Публичное выступление
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, рабочая тетрадь, творческое задание
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Издательство «Лань» ( <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Центр русского языка МГУ ( <a href="http://www.mgu-russian.com/en/learn/test-online/">http://www.mgu-russian.com/en/learn/test-online/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office), СПО для обработки текстов, электронных таблиц, презентаций, графики, базы данных (OpenOffice.org).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 3 на 45 баллов, рабочая тетрадь - 8 на 40 баллов, творческое задание - 3 на 15 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

## Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.6. История (история России, всеобщая история)

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель: формирование понимания культурного разнообразия общества через познание исторического прошлого России и мира. Задачи: способствовать усвоению знания основ межкультурного разнообразия общества в историческом контексте; формировать умение воспринимать межкультурное разнообразие общества в историческом контексте; способствовать овладению навыками определения исторического контекста межкультурного разнообразия общества
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-5
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Введение в историю России 2. Средневековая история России 3. Новая история России 4. Новейшая история России 5. Особенности периодов Всеобщей истории
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, разноуровневые задачи и задания
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных ( <a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a> ), КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Национальный цифровой ресурс «Рукопт» ( <a href="http://www.rucont.ru">http://www.rucont.ru</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Сайт Российского научного фонда ( <a href="http://rscf.ru/">http://rscf.ru/</a> ), Сайт Российского гуманитарного научного фонда ( <a href="http://www.rfh.ru/">http://www.rfh.ru/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Программа для просмотра файлов формата DjVu (WinDjView).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	разноуровневые задачи и задания - 4 на 100 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

## Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.7. Безопасность жизнедеятельности

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование у будущих бакалавров представление о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека и готовности реализовывать эти требования безопасности
---------------------------------	---

	жизнедеятельности для сохранения работоспособности и здоровья человека в стандартных и экстремальных условиях.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-8
<b>Содержание дисциплины</b>	1.1. Раздел 1. Теоретические основы БЖД 2.2. Раздел 2. Человек и среда обитания 3.3. Раздел 3. Вредные и опасные факторы среды обитания 4.4. Раздел 4. Методы защиты от вредных и опасных воздействий окружающей среды 5.5. Раздел 5. Чрезвычайные ситуации 6.6. Раздел 6. Обеспечение безопасных условий жизнедеятельности при возникновении ЧС 7.7. Раздел 7. Производственная безопасность и охрана труда 8.8. Раздел 8. Приёмы первой помощи 9.9. Раздел 9. Нормативно-правовое обеспечение БЖД
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, коллоквиум, контрольная работа
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	коллоквиум - 1 на 12 баллов, контрольная работа - 8 на 88 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.8. Информационные технологии**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целями освоения дисциплины «Информационные технологии» являются - формирование у студента фундамента современной информационной культуры; - обеспечение устойчивых навыков работы на персональном компьютере (ПК) с использованием современных информационных технологий в прикладной деятельности; - обучение студентов основам современной методологии использования компьютерных информационных технологий и практической реализации их основных элементов с использованием ПК и программных продуктов общего назначения.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть.



<b>программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Создание медиаконтента", "SMM-технологии"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-6
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Основные понятия информационных технологий. 1.1. Введение в информационные технологии. 1.2. Оконный интерфейс Windows. Работа с файлами и папками 2. Технические и программные средства реализации информационных процессов. 2.1. Архитектура и классификация ЭВМ 2.2. Аппаратное обеспечение персональных ЭВМ 2.3. Общая характеристика программного обеспечения ЭВМ. 2.4. Системное программное обеспечение ЭВМ. 3. Офисное программное обеспечение. 3.1. Разработка текстовых документов. 3.2. Экономические расчеты в электронных таблицах. 4. Глобальные сети ЭВМ. 4.1. Компьютерные сети и Интернет.
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, семинары, самостоятельная работа, лабораторная работа, реферат, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office), Архиватор файлов с высокой степенью сжатия (7-Zip).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	лабораторная работа - 6 на 55 баллов, реферат - 1 на 15 баллов, тест - 3 на 30 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.9. История отечественной литературы

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Задача и цель изучаемой дисциплины - представить творчество писателя в контексте литературного процесса и художественных исканий своего времени, определить место и роль писателя в истории русской литературы, раскрыть нравственно-философскую проблематику его творчества, познакомить с наиболее значительными, этапными его произведениями.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "История зарубежной литературы", "История культуры"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-3

<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История древнерусской литературы</li> <li>2. История русской литературы XVIII в.</li> <li>3. Периодизация русской литературы XIX в. Литература первой половины XIX в.</li> <li>4. Русская литература второй трети XIX в.</li> <li>5. Русская литература последней трети XIX в.</li> <li>6. Идеино-эстетические особенности литературы рубежа XIX – первой трети XX вв.</li> <li>8. Своеобразие литературного процесса XX в.</li> <li>9. Новейшая современная литература 1990 – 2000-х гг.</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, коллоквиум, контрольная работа, рабочая тетрадь, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 2 на 50 баллов, коллоквиум - 2 на 30 баллов, контрольная работа - 2 на 60 баллов, рабочая тетрадь - 1 на 5 баллов, эссе - 2 на 55 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен, зачет.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.10. История зарубежной литературы

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цели и задачи дисциплины - раскрыть своеобразие зарубежной литературы в разные исторические периоды ее развития (от античной литературы до литературы XX-XXI вв.), сформировать достаточные представления о литературном процессе и характере его эволюции, об изменении художественного сознания под влиянием открытий и социальных потрясений; познакомить студентов с биографиями, идейно-художественными и этико-философскими исканиями ведущих писателей
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть.</p> <p>Трудоемкость дисциплины составляет 8 зач. ед.</p> <p>Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "История отечественной литературы", "Философия"</p>
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История античной литературы</li> <li>2. Литература Средних веков и эпохи Возрождения</li> <li>3. Литература XVII - XVIII веков</li> <li>4. Литература XIX в. Романтизм</li> <li>5. Литература XIX в. Реализм</li> <li>6. Литература конца XIX века</li> <li>7. Литература XX века</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, коллоквиум, контрольная

	работа, рабочая тетрадь, реферат, творческое задание, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Библиотека «Театр-Образ» ( <a href="http://biblioteka.teatr-obraz.ru/taxonomy/term/202/9">http://biblioteka.teatr-obraz.ru/taxonomy/term/202/9</a> ), Учебники онлайн ( <a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 1 на 30 баллов, коллоквиум - 1 на 20 баллов, контрольная работа - 1 на 30 баллов, рабочая тетрадь - 1 на 20 баллов, реферат - 1 на 25 баллов, творческое задание - 1 на 30 баллов, эссе - 2 на 45 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен, зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.11. История культуры**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины является изучение основных этапов формирования и развития мировой художественной культуры (от истоков до современности) – изобразительного искусства, театра, кинематографа; развитие художественного вкуса у будущих журналистов-критиков, их эстетической культуры.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "История отечественной литературы" Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Создание медиаконтента"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	1. История художественной культуры. Возникновение и развитие изобразительного искусства. 1.1. Понятие культуры. Античная культура. 1.2. Культура средневековья. 1.3. Культура, искусство Возрождения. Философские основы культуры эпохи Возрождения. 1.4. Культура Нового времени как культурно-историческое понятие (17-18 вв.). 1.5. Культура, искусство зарубежных стран 19 в.. 1.6. Искусство и культура России 19 в.. 1.7. Искусство зарубежных стран 20 в.. 1.8. Российское искусство 20 в.. Культура и соцреализм. 2. Театральная культура как часть художественной культуры. 2.1. Понятие театральной культуры. Возникновение античного театра. 2.2. Формирование западноевропейского театра в средневековье. 2.3. Зарождение театра в России.

	<p>2.4. Формирование национальных театров.</p> <p>2.5. «Театр переживания» Станиславского и условный театр В. Мейерхольда.</p> <p>2.6. Противостояние культуре массового общества. Противостояние тоталитаризму. «Эпический театр» Б. Брехта. «Театр жестокости» А. Арто.</p> <p>2.7. Оттепель. 60-е гг: «Современник» и «Таганка». Идеино-философские искания художников оттепели.</p> <p>2.8. Развитие американского театра в 20 в.</p> <p>2.9. Восточный театр (Япония и Китай).</p> <p>3. Кинокультура 20 века.</p> <p>3.1. Кинематограф и массовая культура. Возникновение кинематографа. Формирование киноязыка в первые годы. Зарождение комедиографа. Творчество Ч. Чаплина.</p> <p>3.2. Дореволюционное российское кино. Русская школа монтажа. Теория С. Эйзенштейна. Шедевры советского кино.</p> <p>3.3. Немецкий экспрессионизм. Французский киноавангард. Поэтический реализм.</p> <p>3.4. Неореализм. Творчество Ф. Феллини. Кинематограф Висконти, Антониони.</p> <p>3.5. Новая волна во Франции. Европейское кино 60-80-х гг. Эпоха авторского кино.</p> <p>3.6. Голливуд и его продукция.</p> <p>3.7. Японское кино. Кино стран Азии.</p> <p>3.8. Развитие российского авторского кинематографа. Тарковский. Герман. Звягинцев.</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, коллоквиум, реферат, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>), Библиотека «Театр-Образ» (<a href="http://biblioteka.teatr-obraz.ru/taxonomy/term/202/9">http://biblioteka.teatr-obraz.ru/taxonomy/term/202/9</a>), Сайт Театральный смотритель (<a href="http://www.smotr.ru/">http://www.smotr.ru/</a>), Библиотека Славы Янко (<a href="http://yanko.lib.ru/gum.html">http://yanko.lib.ru/gum.html</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), СПО для обработки текстов, электронных таблиц, презентаций, графики, базы данных (OpenOffice.org), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 5 на 25 баллов, коллоквиум - 9 на 45 баллов, реферат - 4 на 25 баллов, эссе - 1 на 5 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.12. Политология**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	получение знаний, позволяющих вскрывать объективные тенденции социально-политического развития, реально оценивать политические ситуации, раскрывающих общие закономерности политики, политической власти;
---------------------------------	---

	сравнительный анализ политических систем и политических режимов на предмет выявления условий возникновения, специфики, условий их стабильности; усвоение теоретических конструкций и закономерностей политической жизни, которые могут быть востребованы и использованы специалистом в области международных отношений
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Социология", "Философия"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-2, ОПК-5
<b>Содержание дисциплины</b>	1. История политологии и политическая идеология 1.1. Политология как наука 1.2. Возникновение и развитие политической мысли 1.3. Политика и идеология 2. Сущность и характеристика основных категорий политологии 2.1. Политическая власть 2.2. Политический режим 2.3. Политическая система общества 2.4. Государство как политический институт 2.5. Политические партии и партийные системы 2.6. Избирательные системы и электоральный процесс
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных ( <a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a> ), КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="http://www.biblio-online.ru">biblio-online.ru</a> ( <a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), СПО для обработки текстов, электронных таблиц, презентаций, графики, базы данных (OpenOffice.org), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 2 на 20 баллов, тест - 8 на 80 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.13. Современный русский язык

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины "Современный русский язык" является - формирование теоретических знаний в области современного русского языка, - формирование понятийно-терминологического словаря,
---------------------------------	---

	необходимого в процессе обучения предмету, - развитие языкового чутья и стилистических навыков, повышение грамотности письменной и устной речи. - Данный курс дает лингвистическую базу для усвоения профилирующих дисциплин. В данном курсе даётся целостное представление о системе современного русского языка.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Теория и практика связей с общественностью"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Современный русский литературный язык как предмет изучения 2. Фонетика. Фонология 3. Орфоэпия 4. Лексикология. Фразеология 5. Морфемика и словообразование 6. Морфология 7. Синтаксис словосочетания и предложения 8. Синтаксис текста 9. Пунктуация
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, контрольная работа, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию ( <a href="http://evartist.narod.ru/text1/20.htm">http://evartist.narod.ru/text1/20.htm</a> ), Библиотека Журналиста ( <a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a> ), Центр русского языка МГУ ( <a href="http://www.mgu-russian.com/en/learn/test-online/">http://www.mgu-russian.com/en/learn/test-online/</a> ), Блог по изучению русского языка и культуры ( <a href="http://www.learnrussianweb.com/">http://www.learnrussianweb.com/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	контрольная работа - 2 на 120 баллов, тест - 4 на 80 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен, зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.14. Культура речи и деловое общение**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Овладеть культурой общения: уметь логически ясно, аргументировано и грамотно строить устную и письменную речь, получить навыки речевой коммуникации в межличностной и профессиональной сферах, повысить уровень практического владения современным русским литературным языком.
---------------------------------	---

<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Связи с общественностью в коммерческой сфере"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Культура речи. Стилистика и функционирование языка 2. Деловое общение. Деловая этика и корпоративная культура
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, реферат, творческое задание, тест, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронный словарь On-line Dictionaries ( <a href="http://www.onelook.com/">http://www.onelook.com/</a> ), Центр русского языка МГУ ( <a href="http://www.mgu-russian.com/en/learn/test-online/">http://www.mgu-russian.com/en/learn/test-online/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	реферат - 1 на 30 баллов, творческое задание - 1 на 20 баллов, тест - 1 на 30 баллов, эссе - 1 на 20 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.15. Основы теории массовой коммуникации**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения курса «Основы теории массовой коммуникации» – является формирование базовых знаний, научного и профессионального представления о закономерностях развития массовой коммуникации, о становлении массовой коммуникации и ее современном развитии и трансформации в условиях появления новых электронных медиа; получение знаний и четких представлений об основных закономерностях, тенденциях и механизмах массовой коммуникационной деятельности; изучение основных факторов существования массовой коммуникации, современные концепции, а также исследование массовой коммуникации как – коммуникационной, массово-информационной деятельности; как информационного, коммуникативного процессов; как множественной совокупности текстов, образующих медиареальности.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Философия" Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Связи с общественностью в коммерческой сфере"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7

<b>Содержание дисциплины</b>	<p>1. Определение массовой коммуникации, ее характеристики, функции.</p> <p>2. Исторические этапы формирования массовой коммуникации.</p> <p>3. Проблематика исследований МК. Основные концепции.</p> <p>4. Структура массовой коммуникации.</p> <p>5. Информационные пространство, медиасреда, медиареальность. Информационные угрозы.</p> <p>6. Медиавоздействие. Эффекты массовой коммуникации.</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, контрольная работа, творческое задание, тест, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>Библиотека Evartist «Журналистика» (<a href="http://www.evartist.narod.ru/journ.htm">http://www.evartist.narod.ru/journ.htm</a>), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» (<a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a>), Библиотека Псифактор (библиотека научной литературы по массмедиа, СМИ, пропаганде, философии, психологии массовой коммуникации, журналистики) (<a href="http://psyfactor.org/lybr.htm">http://psyfactor.org/lybr.htm</a>), Библиотека Журналиста (<a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a>), Библиотека Славы Янко (<a href="http://yanko.lib.ru/gum.html">http://yanko.lib.ru/gum.html</a>), Интернет-версия журнала «Журналист» (<a href="http://journalist-virt.ru">http://journalist-virt.ru</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player), Пакет офисных программ (MS Office), СПО для обработки текстов, электронных таблиц, презентаций, графики, базы данных (OpenOffice.org).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 3 на 45 баллов, контрольная работа - 1 на 20 баллов, творческое задание - 1 на 10 баллов, тест - 1 на 10 баллов, эссе - 1 на 15 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.16. Современные технические средства в профессиональной деятельности**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	<p>Целью курса «Современные технические средства журналиста» является – правильный сбор и обработка информации, а также знакомство и приобретение навыков в области поиска, подготовки и использования аудио- и видеоматериалов, и естественно их обработка в современных компьютерных программах.</p> <p>Сбор информации является важнейшей проблемой для журналиста. Нельзя напи-сать очерк, статью или даже заметку, если не собрано достаточное количество актуальной и интересной информации.</p> <p>Очень важно, отправляясь на редакционное задание, предварительно собрать све-дения о героях и событиях будущего материала, продумать его построение, иметь</p>
---------------------------------	--



	<p>навыки общения с людьми самых разных профессий. Но еще важнее документально зафиксировать весь ход своих наблюдений и бесед. Блокнот и авторучка здесь не самые лучшие помощники.</p> <p>Совсем другое дело, если сбор информации ведется с использованием диктофона или репортерского диктофона. В этом случае, например, при ведении беседы основное внимание сосредоточивается на ее содержании. Журналист имеет возможность «вести своего героя по теме», что-то уточняя, от чего-то отказываясь.</p> <p>В практической работе журналисту часто помогает умение владеть кино-, видео-камерой. Во-первых, тот из журналистов, кто сам умеет снимать, проще найдет общий язык с кинооператором и подготовленный ими материал от этого только выиграет. Во-вторых, не всегда имеется возможность послать в командировку (особенно заграничную) сразу несколько человек. В этом случае камера в руках журналиста может принести пользу. В-третьих, есть темы, «выношенные» журналистом, которые ему хочется воплотить в реальное произведение. Подчас сделать это самому легче, чем объяснить оператору свой замысел.</p>
<p><b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b></p>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть.</p> <p>Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.</p>
<p><b>Формируемые компетенции</b></p>	<p>ОПК-6</p>
<p><b>Содержание дисциплины</b></p>	<p>1. Обзор современных технических средств журналиста</p> <p>1.1. Виды технических средств журналиста, их роль в организации его деятельности.</p> <p>1.2. Значение техники в профессиональной деятельности журналиста</p> <p>2. Аудиовизуальные средства журналиста</p> <p>2.1. Диктофон или блокнот: выбор средства аудиозаписи.</p> <p>2.2. Роль диктофона в профессиональной деятельности журналиста: виды диктофонов</p> <p>2.3. Форматы аудиозаписи и Обработка аудиозаписи в звуковом редакторе</p> <p>2.4. Основы звукозаписи.</p> <p>Физические основы звукозаписи.</p> <p>2.5. Звук и его характеристики. Типы микрофонов, их характеристики и возможности использования в различных условиях.</p> <p>3. Фотоаппараты, фотокомпозиция и фотокоррекция</p> <p>3.1. Цифровой фотоаппарат и изучение его возможностей: работа с графическим редактором</p> <p>3.2. Основные параметры цифровых фотоаппаратов: глубина цвета, оптическое разрешение, формат изображения, чувствительность, динамический диапазон.</p> <p>3.3. Технология съемки цифровым фотоаппаратом, подготовка его к фотосъемке и предварительный просмотр на дисплее.</p>

	<p>4. Современные средства подготовки информационных материалов</p> <p>4.1. Отечественные и зарубежные компьютерные текстовые редакторы: программа Microsoft Word для Windows</p> <p>5. Видеозапись, работа с видеокамерой</p> <p>5.1. Разновидности видеокамер, их особенности, а также мировые тенденции в развитии видеопроизводства.</p> <p>5.2. Видеозапись: работа с видеокамерой, запись на DVD, расшифровка съемок, отбор кадров, оцифровка кадров, формирование видеофрагментов, выделение фрагмента из видеоряда</p> <p>6. Монтаж видео</p> <p>6.1. Монтаж в видеоредакторе: Загрузка и настройка программы, импорт файла, виды монтажа, форматы видеосигнала.</p> <p>6.2. Форматы файлов. MPEG – сжатие: фильтры и их использование</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, контрольная работа, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, проект, творческое задание
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player), Растровый графический редактор, программа для создания и обработки растровой графики и частичной поддержкой работы с векторной графикой (Gimp), Векторный графический редактор (Inkscape), Программа для просмотра графических, видео- и аудиофайлов (XnView), Пакет офисных программ (MS Office), Текстовый редактор с открытым исходным кодом для Windows с подсветкой синтаксиса большого количества языков программирования и разметки. (Notepad++).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 4 на 40 баллов, контрольная работа - 1 на 20 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 1 на 15 баллов, проект - 1 на 20 баллов, творческое задание - 1 на 5 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.17. Правовые основы профессиональной деятельности**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Правовые основы управленческой деятельности» является формирование комплексных знаний в сфере правового регулирования профессиональной деятельности; овладение практическими навыками анализа и применения
---------------------------------	---

	законодательства, регулирующего профессиональную деятельность.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-5
<b>Содержание дисциплины</b>	1. ПРАВО КАК СИСТЕМА. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРАВА И ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. 1.1. Право как система. 1.2. Реализация права и правоприменительная деятельность. 2. ПОНЯТИЕ, ПРИЗНАКИ И СУБЪЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2.1. Правовые основы предпринимательской деятельности. 2.2. Правовой статус субъектов предпринимательской деятельности. 3. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. 3.1. Правовые основы рекламной деятельности. 3.2. Правовое регулирование связей с общественностью.
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Справочно-правовая система (Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	тест - 6 на 100 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.18. Профессиональная этика**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Профессиональная этика» является формирование у студентов целостного представления о характере и механизме действия норм профессиональной этики, их единстве и взаимодействии с требованиями общественной морали.
---------------------------------	--

<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-5
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Природа и сущность этики 2. Прикладная и профессиональная этика 3. Виды профессиональной этики 4. Особенности профессиональной этики государственных служащих 5. Этические проблемы государственной службы 6. Конфликт интересов на государственной службе и механизмы его предотвращения и регулирования
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронная библиотека Института философии РАН ( <a href="http://www.philosophicalclub.ru/?an=biblio">http://www.philosophicalclub.ru/?an=biblio</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Учебники онлайн ( <a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a> ), Базы данных ИНИОН РАН ( <a href="http://ininon.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://ininon.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a> ), Консультант Плюс - информационно-справочная система ( <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader 11).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 5 на 75 баллов, эссе - 1 на 25 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.19. Создание медиаконтента**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целями освоения дисциплины «Создание медиаконтента» является формирование системного представления о медиаконтенте и медиатексте, а также получение знаний о закономерностях и тенденциях развития современного медиаконтента, который конструируется и репрезентируется в СМИ, знакомство с типологией современных медиатекстов, изучения медиатекстов различных видов.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Информационные технологии", "Русский язык и

	культура делового общения", "История культуры"
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Понятие медиаконтента. Виды. 2. Первичный и вторичный медиаконтент. 3. Медиатекст. 4. Интернет-СМИ социального предназначения и социальной тематики. 5. Подкасты. 6. Инфографика. 7. Медиаконтент в рекламе.
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, коллоквиум, реферат, творческое задание, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Библиотека Evarist «Журналистика» ( <a href="http://www.evarist.narod.ru/journ.htm">http://www.evarist.narod.ru/journ.htm</a> ), Электронная библиотека Раздел "Журналистика" ( <a href="http://www.gumer.info/">http://www.gumer.info/</a> ), Электронный журнал «Медиаскоп» ( <a href="http://www.mediascope.ru/">http://www.mediascope.ru/</a> ), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» ( <a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a> ), Библиотека Журналиста ( <a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a> ), Новый репортер, сайт о новых медиа ( <a href="http://newreporter.org/">http://newreporter.org/</a> ), Интернет-версия журнала «Журналист» ( <a href="http://journalist-virt.ru">http://journalist-virt.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), СПО для обработки текстов, электронных таблиц, презентаций, графики, базы данных (OpenOffice.org).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	коллоквиум - 1 на 10 баллов, реферат - 1 на 30 баллов, творческое задание - 2 на 50 баллов, эссе - 1 на 10 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.20. Психология массовых коммуникаций

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью курса является формирование компетенций в области научного представления о роли психологических аспектов в процессах массовой коммуникации современного мира, о ее воздействии на выбор ценностных ориентаций и моделей поведения в социуме, что позволит обучающимся эффективно взаимодействовать с большими аудиториями, демонстрировать комфортное психологическое общение, а также разнообразные стратегии и тактики личного поведения и психологического состояния, ориентированные на достижение поставленных целей в профессиональной деятельности.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-4

<b>Содержание дисциплины</b>	<p>1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</p> <p>1.1. Подходы к изучению массовой коммуникации</p> <p>1.2. Психологические исследования массовой коммуникации</p> <p>1.3. Массовая коммуникация: психологический аспект изучения</p> <p>2. Психологические процессы и состояния в различных сферах массовой коммуникации</p> <p>2.1. Психология рекламного воздействия</p> <p>2.2. Психология моды в массовой коммуникации</p> <p>2.3. Психология слухов в массовой коммуникации</p> <p>2.4. Установка и стереотип как социально-психологический феномен в сферах массовой коммуникации</p> <p>2.5. Психология пропаганды</p> <p>2.6. Психология творчества</p> <p>3. Социальное познание в массовой коммуникации</p> <p>Социальное познание</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, проект
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных (<a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a>), Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="http://www.biblio-online.ru">biblio-online.ru</a> (<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>), Национальный цифровой ресурс «Руконт» (<a href="http://www.rucont.ru">http://www.rucont.ru</a>), ЭБС ВООК.ru - электронно-библиотечная система от правообладателя (<a href="http://www.book.ru/">http://www.book.ru/</a>), Библиотека Журналиста (<a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a>), Единое окно доступа к информационным ресурсам (<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>), Электронная библиотека книг (<a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a>), Сайт Российского научного фонда (<a href="http://rscf.ru/">http://rscf.ru/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Архиватор файлов с высокой степенью сжатия (7-Zip), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader 11), Пакет офисных программ (MS Office).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 1 на 20 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 8 на 70 баллов, проект - 1 на 10 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.21. Экономика и менеджмент СМИ**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	получение студентами теоретических и методологических знаний, формирование основных умений и навыков, с помощью которых возможно осуществление работы по эффективному управлению в организациях различных форм собственности и видов деятельности
---------------------------------	---

<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-5, ОПК-7
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Организация как субъект и объект менеджмента 2. Внешняя и внутренняя среда организации 3. Экономика издательского дела 4. Функции и процессы менеджмента
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, доклад, сообщение, кейс-study, реферат, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> ), Business intelligence - effective data mining analysis ( <a href="http://www.olap.ru/">http://www.olap.ru/</a> ), Электронная библиотека Раздел "Журналистика" ( <a href="http://www.gumer.info/">http://www.gumer.info/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 1 на 10 баллов, доклад, сообщение - 1 на 10 баллов, кейс-study - 2 на 20 баллов, реферат - 1 на 20 баллов, творческое задание - 1 на 20 баллов, тест - 2 на 20 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.22. Экономическая культура

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель освоения дисциплины «Экономическая культура» — предоставить студентам систематизированные знания о наиболее важных аспектах экономической культуры России и обучить принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности. Задачи дисциплины: - систематизировать основные ценности института экономической культуры, их влияние на экономическое развитие разных стран. - ознакомить студентов с анализом экономического поведения. - показать мотивацию экономического выбора. - выявить наиболее существенные факторы, ограничивающие рациональный выбор.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки,

	полученные при изучении данной: "Финансовая грамотность"
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-9
<b>Содержание дисциплины</b>	1.1. Влияние института экономической культуры на выбор и поведение 2.2. Особенности принятия экономических решений в различных экономических системах 3.3. Модели принятия экономических решений 4.4. Ограничения выбора на микроуровне. Выбор в условиях неопределенности 5.5. Ограничения выбора на макроуровне
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, кейс-study, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Архиватор файлов с высокой степенью сжатия (7-Zip).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 1 на 20 баллов, кейс-study - 1 на 50 баллов, тест - 3 на 30 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.23. Финансовая грамотность**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Финансовая грамотность» является повышение финансовой грамотности обучающихся как необходимая предпосылка осмысленного использования ими возможностей финансовых институтов, а также минимизации рисков утраты устойчивости личных бюджетов в результате операций мошенников или неправильного расчета финансовых возможностей домохозяйства. Финансовая грамотность обучающихся станет результатом процесса финансового образования, который определяется как сочетание осведомленности, знаний, умений и поведенческих моделей, необходимых для принятия успешных финансовых решений и, в конечном итоге, для достижения финансового благосостояния. В процессе обучения обучающиеся, как потребители финансовых услуг, улучшают свое понимание финансовых продуктов, концепций и рисков и с помощью полученной информации развивают свои навыки и повышают осведомленность о финансовых рисках и возможностях, делают осознанный выбор в отношении финансовых продуктов и услуг, знают, куда обратиться за помощью, а также принимают другие эффективные меры для улучшения своего финансового
---------------------------------	--



	положения.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Экономическая культура"
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-9
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Финансовая грамотность как элемент экономической культуры индивидуума 2. Личный (семейный) бюджет как основа финансов домохозяйства 3. Расчеты и платежи 4. Кредиты и займы 5. Личные налоги 6. Инвестиции на финансовом рынке (в т.ч. сбережения) 7. Риски домохозяйств и их страхование 8. Социальные (в т.ч. пенсионные) выплаты 9. Личная финансовая безопасность
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, кейс-study, коллоквиум, контрольная работа, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Сайт ЦБ РФ ( <a href="http://www.cbr.ru/publ">http://www.cbr.ru/publ</a> ), Сайт Федеральной налоговой службы ( <a href="http://www.nalog.ru">http://www.nalog.ru</a> ), Сайт Министерства финансов РФ ( <a href="http://minfin.ru/ru/">http://minfin.ru/ru/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Учебная торговая платформа, позволяющая изучить процесс торговли на бирже в условиях, максимально приближенных к реальным (Quik_Junior), Пакет офисных программ (MS Office), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Справочно-правовая система (Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	кейс-study - 1 на 5 баллов, коллоквиум - 1 на 5 баллов, контрольная работа - 4 на 35 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 1 на 5 баллов, творческое задание - 1 на 10 баллов, тест - 7 на 40 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.24. Гражданская позиция**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью изучения дисциплины "Гражданская позиция" является выработка навыков практического применения антикоррупционного законодательства, получение знаний о сущности коррупционных проявлений, а также формирование практических навыков по выявлению,
---------------------------------	--

	<p>предупреждению и пресечению фактов коррупции. Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научить студента самостоятельной работе над нормативными актами, научной и учебной литературой;</li> <li>- иметь представление о признаках коррупционного поведения и нормах антикоррупционного законодательства;</li> <li>- уметь выявлять признаки коррупционного поведения;</li> <li>- критически анализировать действующее законодательство;</li> <li>- овладеть навыками нетерпимого отношения к коррупционным проявлениям.</li> </ul>
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.</p>
<b>Формируемые компетенции</b>	<p>УК-10</p>
<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гражданская позиция как интегративное качество личности</li> <li>2. Политическая культура как структурный элемент гражданской позиции</li> <li>3. Правовая культура как структурный элемент гражданской позиции</li> <li>4. Антикоррупционное сознание и антикоррупционное мировоззрение как одно из направлений формирования активной гражданской позиции</li> <li>5. Противодействие идеологии терроризма и экстремизма как одно из направлений формирования активной гражданской позиции</li> <li>6. Участие в управлении государством и осуществлении местного самоуправления как одно из направлений формирования активной гражданской позиции</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	<p>Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, контрольная работа, разноуровневые задачи и задания, тест</p>
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>), Консультант Плюс - информационно-справочная система (<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>), Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационно-справочная система (<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Справочно-правовая система (Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система).</p>
<b>Форма текущего контроля</b>	<p>контрольная работа - 2 на 25 баллов, разноуровневые</p>

<b>успеваемости студентов</b>	задачи и задания - 1 на 20 баллов, тест - 3 на 55 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.25. Физическая культура и спорт**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель освоения дисциплины по физическому воспитанию является – формирования физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Обязательная часть. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-7
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Значение физической культуры в социальной и профессиональной деятельности 2. Практические занятия по физической подготовке
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Базы данных ИНИОН РАН ( <a href="http://ininon.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://ininon.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a> ), Консультант Плюс - информационно-справочная система ( <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	творческое задание - 1 на 60 баллов, тест - 1 на 40 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.1. Маркетинг**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков, в области маркетинга. Задачи изучения дисциплины включают: - овладение теоретическими знаниями в области маркетинга; - изучение отдельных элементов маркетингового комплекса; - участие в разработке комплекса продвижения СМИ.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зач. ед.

	Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Методика маркетинговых исследований", "Поведение потребителей", "Теория и практика связей с общественностью", "Брендинг", "Маркетинг территорий", "SMM-технологии", "Связи с общественностью в коммерческой сфере", "Digital-коммуникации"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Содержание маркетинговой деятельности и понятие медиамаркетинга 2. Методы маркетингового анализа 3. Маркетинговая стратегия 4. Элементы маркетингового комплекса 5. Комплекс продвижения в СМИ
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, разноуровневые задачи и задания, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	разноуровневые задачи и задания - 4 на 50 баллов, тест - 4 на 50 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.2. Методика маркетинговых исследований**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины является приобретение знаний, умений и навыков проектирования и проведения маркетингового исследования.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 9 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Социология" Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Поведение потребителей", "Связи с общественностью в коммерческой сфере", "SMM-технологии", "Digital-коммуникации"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-2
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Роль исследований в маркетинговой деятельности 2. Маркетинговая информационная система (МИС) и место исследований в ней 3. Процесс маркетингового исследования 4. Вторичная информация: виды, источники и методы получения 5. Опрос как количественный метод исследования

	<p>6. Метод наблюдения и метод эксперимента</p> <p>7. Качественные методы исследования</p> <p>8. Определение выборочной совокупности</p> <p>9. Организация сбора данных. Подготовка данных для целей анализа</p> <p>10. Виды шкал и выбор методов анализа данных. Общая характеристика методов анализа</p> <p>11. Исследования в сети "Интернет"</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, доклад, сообщение, кейс-study, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" (<a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a>), КиберЛенинка (<a href="http://cyberleninka.ru/">http://cyberleninka.ru/</a>), Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" (<a href="http://www.ict.edu.ru/lib/">http://www.ict.edu.ru/lib/</a>), Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 1 на 15 баллов, доклад, сообщение - 6 на 60 баллов, кейс-study - 3 на 55 баллов, творческое задание - 2 на 40 баллов, тест - 6 на 30 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен, зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.3. Теория и практика рекламы**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	<p>Основной целью освоения дисциплины является получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе рекламной индустрии как социально- го института.</p> <p>Задачи дисциплины: формирование у студентов научного представления о системе функционирования современной рекламной коммуникации; изучение актуальных проблем теоретического и практического характера рекламной деятельности.</p>
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p>Трудоемкость дисциплины составляет 8 зач. ед.</p> <p>Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Поведение потребителей", "Теория и практика связей с общественностью"</p>
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	<p>1. Роль рекламы в современном обществе</p> <p>2. Основные этапы развития рекламы в России и за рубежом</p>

	<p>3. Государственное регулирование и саморегулирование рекламной отрасли</p> <p>4. Коммерческая реклама</p> <p>5. Некоммерческая реклама</p> <p>6. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций</p> <p>7. Социально-психологические основы рекламной деятельности</p> <p>8. Технологии рекламного креатива</p> <p>9. Вербальные и невербальные компоненты рекламного сообщения</p> <p>10. Полиграфическая реклама</p> <p>11. Телевизионная реклама и реклама на радио</p> <p>12. Наружная реклама</p> <p>13. Мобильная и реклама на нестандартных носителях</p> <p>14. Планирование рекламной деятельности</p> <p>15. Рекламный бюджет</p> <p>16. Оценка эффективности рекламы</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, кейс-study, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" (<a href="http://www.grebennikov.ru/">http://www.grebennikov.ru/</a>), Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>), Учебники онлайн (<a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player), Пакет офисных программ (MS Office).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	кейс-study - 2 на 20 баллов, творческое задание - 16 на 160 баллов, тест - 2 на 20 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен, зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.4. Теория и практика связей с общественностью**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	В результате изучения дисциплины у студентов формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины; специфике проведения PR-кампаний в государственных и политических структурах; целях, задачах, инструментах и методах формирования PR-кампаний в исследуемой сфере с учетом российского и зарубежного опыта; изучаются особенности реализации современных PR-проектов и программ, их учет при принятии управленческих решений в государственных и политических структурах.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p>Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.</p> <p>Предшествующие дисциплины (освоение которых</p>

	необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Русский язык и культура делового общения", "Современный русский язык", "Теория и практика рекламы" "
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Роль связей с общественностью в общественном секторе 2. Политический PR в контексте государственного управления Российской Федерации 3. Модели связей с общественностью 4. Цели связей с общественностью 5. Отличия в PR - структурах общественного сектора и бизнес управления 6. Взаимодействие с целевыми аудиториями 7. Политический PR 8. Роль интернета в общественном секторе в современном мире 9. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации 10. Новые технологии и интернет в PR и рекламе общественных сфер
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, творческое задание, тест, тренажер
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), Библиотека центра экстремальной журналистики ( <a href="http://www.library.cjes.org/online/">http://www.library.cjes.org/online/</a> ), Электронная библиотека Раздел "Журналистика" ( <a href="http://www.gumer.info/">http://www.gumer.info/</a> ), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» ( <a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a> ), Библиотека Журналиста ( <a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a> ), Библиотека научной литературы по медиаобразованию на Российском общеобразовательном портале ( <a href="http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823">http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823</a> ), Интернет-версия журнала «Журналист» ( <a href="http://journalist-virt.ru/">http://journalist-virt.ru/</a> ), HR-портал (сообщество профессионалов) ( <a href="http://www.hr-portal.ru/">http://www.hr-portal.ru/</a> ), Официальный сайт Министерства экономического развития России ( <a href="http://www.economy.gov.ru/">http://www.economy.gov.ru/</a> ), Официальные сайты органов государственной власти Российской Федерации и субъектов ( <a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a> ), Журнал "Новый маркетинг" ( <a href="http://marketing.web-standart.net/">http://marketing.web-standart.net/</a> ), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» ( <a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 1 на 10 баллов, творческое задание - 8 на 145 баллов, тест - 6 на 30 баллов, тренажер - 1 на 15 баллов
<b>Формы промежуточной</b>	Экзамен, зачет.

аттестации	
------------	--

## Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.5. Маркетинговые коммуникации

<b>Цели освоения дисциплины</b>	<p>Цель изучения дисциплины – овладение основами деловой коммуникации, что включает формирование навыков и развитие умений эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества.</p> <p>Целью освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации» является формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоением различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности с учетом сфер деятельности предприятия (организации, партии, политика, специалиста).</p>
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p>Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.</p> <p>Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Брендинг", "Связи с общественностью в коммерческой сфере", "SMM-технологии"</p>
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, УК-4
<b>Содержание дисциплины</b>	<p>1. Основы коммуникации</p> <p>1.1. Маркетинговые коммуникации: понятие, виды, специфика</p> <p>1.2. Эффективность коммуникации</p> <p>1.3. Барьеры коммуникации</p> <p>2. Виды маркетинговой коммуникации</p> <p>2.1. Деловые переговоры</p> <p>2.2. Реклама</p> <p>2.3. Связи с общественностью (PR)</p> <p>2.4. Стимулирование сбыта</p> <p>2.5. Участие в выставках-ярмарках</p> <p>2.6. Личные продажи</p> <p>2.7. Другие инструменты коммуникации</p> <p>2.8. Конфликт в деловой коммуникации</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, кейс-study, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных ( <a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a> ), Электронная библиотека Издательского дома



<b>сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>"Гребенников" (<a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a>), КиберЛенинка (<a href="http://cyberleninka.ru/">http://cyberleninka.ru/</a>), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» (<a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a>), Библиотека Журналиста (<a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a>), Новый репортер, сайт о новых медиа (<a href="http://newreporter.org/">http://newreporter.org/</a>), Библиотека научной литературы по медиаобразованию на Российском общеобразовательном портале (<a href="http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823">http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823</a>), Интернет-версия журнала «Журналист» (<a href="http://journalist-virt.ru/">http://journalist-virt.ru/</a>), Учебники онлайн (<a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a>), Бизнес-библиотека (<a href="http://business-library.ru/">http://business-library.ru/</a>), Официальные сайты органов государственной власти Российской Федерации и субъектов (<a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a>), Электронная библиотека книг (<a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a>), Журнал "Новый маркетинг" (<a href="http://marketing.web-standart.net">http://marketing.web-standart.net</a>), Журнал »Маркетинг в России и за рубежом» (<a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a>), Интернет-сообщество менеджеров России (<a href="http://www.e-executive.ru">http://www.e-executive.ru</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Пакет офисных программ (MS Office).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 1 на 3 баллов, кейс-study - 6 на 28 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 1 на 7 баллов, творческое задание - 9 на 32 баллов, тест - 10 на 30 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.6. Управление имиджем

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Управление имиджем» является ознакомление студентов с имиджем и репутацией, значением и ролью имиджа в формировании рыночной цены компании в современном обществе, с методиками формирования и оценки персонального имиджа и имиджа организации, применению полученных знаний на практике.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Связи с общественностью в коммерческой сфере"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Имидж как социально-психологический феномен 1.1. История становления общественного и научного интереса к феномену имиджа

	<p>1.2. Сущность и основные типы имиджа. Функции имиджа.</p> <p>1.3. Возникновение имиджа. Имиджевые характеристики</p> <p>2. Имидж человека</p> <p>2.1. Социально-психологические основы формирования индивидуального имиджа человека</p> <p>3. Групповой и корпоративный имидж</p> <p>3.1. Имидж группы</p> <p>3.2. Социально-психологические основы формирования и управления корпоративным имиджем.</p> <p>3.3. Модель корпоративного имиджа А. Н. Чумикова</p> <p>3.4. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости</p> <p>3.5. Инструментарий имиджмейкера. Технологии построения имиджа</p> <p>4. Имидж товара и услуги</p> <p>4.1. Реклама и имидж товара и услуги</p>
<p><b>Виды учебной работы</b></p>	<p>Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, творческое задание, тест, эссе</p>
<p><b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b></p>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных (<a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a>), Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" (<a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a>), КиберЛенинка (<a href="http://cyberleninka.ru/">http://cyberleninka.ru/</a>), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» (<a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a>), Сайт для HR-менеджеров (<a href="http://www.hrm.ru/">http://www.hrm.ru/</a>), Учебники онлайн (<a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a>), Сайт Международного валютного фонда (МВФ) (<a href="http://www.imf.org/external/index.htm">http://www.imf.org/external/index.htm</a>), Сайт Всемирного банка (<a href="http://www.worldbank.org/">http://www.worldbank.org/</a>), Сайт Всемирной торговой организации (ВТО) (<a href="https://www.wto.org/">https://www.wto.org/</a>), Сайт Банка России (<a href="http://www.cbr.ru/">http://www.cbr.ru/</a>), Сайт Министерства финансов РФ (<a href="http://minfin.ru/ru/">http://minfin.ru/ru/</a>), Сайт Организации объединенных наций (ООН) (<a href="http://www.un.org/">http://www.un.org/</a>), Сайт Европейского союза (ЕС) (<a href="http://europa.eu/">http://europa.eu/</a>), Сайт "Внешнеэкономическая деятельность" (<a href="http://www.vneshmarket.ru/">http://www.vneshmarket.ru/</a>), Официальный сайт Министерства экономического развития России (<a href="http://www.economy.gov.ru/">http://www.economy.gov.ru/</a>), Федеральные целевые программы РФ (<a href="http://www.fcp.economy.gov.ru/">http://www.fcp.economy.gov.ru/</a>), Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России - профессиональная база данных (<a href="http://www.gks.ru/">http://www.gks.ru/</a>), Официальные сайты органов государственной власти Российской Федерации и субъектов (<a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a>), Электронная библиотека книг (<a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a>), Журнал "Новый маркетинг" (<a href="http://marketing.web-standart.net/">http://marketing.web-standart.net/</a>), Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы России (<a href="http://www.fas.gov.ru/">http://www.fas.gov.ru/</a>), Официальный сайт Федеральной</p>

	<p>службы финансово-бюджетного надзора России (<a href="http://www.rosfinnadzor.ru">http://www.rosfinnadzor.ru</a>), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (<a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство), Пакет офисных программ (MS Office).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	<p>круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 1 на 4 баллов, творческое задание - 7 на 53 баллов, тест - 9 на 40 баллов, эссе - 1 на 3 баллов</p>
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	<p>Зачет.</p>

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.7. Поведение потребителей

<b>Цели освоения дисциплины</b>	<p>Целью освоения дисциплины является получение студентами знаний об основных направлениях и концепциях поведения потребителей, умений по моделированию этапов принятия решений о покупке по разным категориям товаров/услуг и анализа внешних факторов, а также владением навыков психографического анализа потребителей и защиты прав потребителей.</p>
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p>Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед.</p> <p>Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Социология", "Менеджмент", "Методика маркетинговых исследований", "Теория и практика рекламы", "Интернет-маркетинг"</p> <p>Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Связи с общественностью в коммерческой сфере"</p>
<b>Формируемые компетенции</b>	<p>ПК-1</p>
<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные понятия и принципы дисциплины</li> <li>2. Процесс принятия решения о покупке</li> <li>3. Индивидуальные характеристики, влияющие на поведение потребителей</li> <li>4. Культурные и социальные факторы потребительского поведения</li> <li>5. Методы исследования потребительского поведения</li> <li>6. Законодательство о защите прав потребителей</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	<p>Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, курсовое проектирование (курсовая работа), кейс-study, разноуровневые задачи и задания, тест</p>
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS</p>

<b>(модуля)</b>	Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	кейс-study - 2 на 22 баллов, разноуровневые задачи и задания - 6 на 18 баллов, тест - 6 на 60 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен, курсовая работа.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.8. Интернет-маркетинг**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	<p>Учебная дисциплина «Интернет-маркетинг» позволяет дать будущим специалистам теоретические знания и сформировать у них практические умения и навыки применения информационных технологий для решения задач маркетинга и управления в экономических системах.</p> <p>Основными целями изучения учебной дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• формирование понятий современных концепций маркетинга;</li> <li>• изучение тенденций развития сети «Интернет», сопутствующих технологий;</li> <li>• изучение возможностей сети «Интернет» по хранению, передаче и обработке информации;</li> <li>• изучение условий ведения маркетинговой деятельности в сети «Интернет»;</li> <li>• изучение основ осуществления маркетинговых исследований при помощи средств сети «Интернет»;</li> <li>• изучение основных особенностей использования сети «Интернет» для продвижения товаров и услуг;</li> <li>• изучение возможностей сети «Интернет» по установлению контактов с потребителями и контрагентами;</li> <li>• рассмотрение подходов к осуществлению сбытовой деятельности при помощи средств сети «Интернет»;</li> <li>• обзор возможностей использования веб-сайтов для реализации маркетинговых задач предприятия;</li> <li>• выработка практических навыков по осуществлению маркетинговых задач в сети «Интернет».</li> </ul> <p>К задачам изучения дисциплины относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выработка системы специальных знаний в области использования сети «Интернет» для решения задач маркетинга;</li> <li>• формирование у студентов практических навыков в области маркетинговых исследований в сети «Интернет»;</li> <li>• формирование представления о задачах и современных методах организации сбыта в сети «Интернет»;</li> <li>• формирование представления о задачах и современных методах организации продвижения продукции предприятия,</li> </ul>
---------------------------------	--

	самого предприятия в сети «Интернет»; <ul style="list-style-type: none"> <li>• овладение основами работы с веб-сайтами для решения маркетинговых задач;</li> <li>• формирование навыков поиска и анализа информации средствами сети «Интернет»;</li> <li>• формирование навыков поиска и анализа потенциальных потребителей и контрагентов средствами сети «Интернет».</li> </ul>
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Поведение потребителей", "Связи с общественностью в коммерческой сфере"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-2, ПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Введение в интернет-маркетинг и его роль для компании</li> <li>2. Разработка стратегии интернет-маркетинга</li> <li>3. Аналитический этап разработки стратегии интернет-маркетинга</li> <li>4. Поисковый маркетинг – канал органического трафика на сайт</li> <li>5. Создание и оптимизация сайта</li> <li>6. Управление проектами в интернет-маркетинге</li> <li>7. Основные принципы работы с аудиторией сайта</li> <li>8. Контекстная реклама для быстрых продаж</li> <li>9. Баннерная реклама</li> <li>10. CPA-сети и партнерские программы</li> <li>11. E-mail маркетинг</li> <li>12. Social media marketing и таргетированная реклама</li> <li>13. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)</li> <li>14. Контент-маркетинг</li> <li>15. Проведение маркетинговых исследований в сети</li> <li>16. Возможности использования сети в качестве канала продвижения</li> <li>17. Тренды интернет-маркетинга</li> <li>18. Цифровая аналитика</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, творческое задание
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikov.ru/">http://www.grebennikov.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля</b>	творческое задание - 27 на 100 баллов

успеваемости студентов	
Формы промежуточной аттестации	Зачет.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.9. Брендинг

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью изучения дисциплины «Брендинг» является формирование у студентов понимания общей системы бренда как элемента экономических и социальных отношений, чёткого понимания различий в подходах построения и управления брендом у разных экономических школ, а также наработку базовых умений и навыков в создании и управлении брендом, необходимых для квалифицированной профессиональной деятельности бакалавра в области рекламы и связей с общественностью.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Маркетинговые коммуникации" Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Связи с общественностью в коммерческой сфере"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	1. История возникновения и направления развития брендинга 2. Понятие и сущность бренда. 3. Создание бренда 4. Позиционирование бренда 5. Управление брендом 6. Правовые основы брендинга
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, контрольная работа, реферат, творческое задание, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikov.ru/">http://www.grebennikov.ru/</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	контрольная работа - 2 на 50 баллов, реферат - 1 на 10 баллов, творческое задание - 1 на 25 баллов, эссе - 1 на 15 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

## Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.10. Некоммерческий маркетинг

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Некоммерческий маркетинг» является формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией управления маркетингом в некоммерческих организациях, освоением различных маркетинговых технологий, применением маркетинговых форм и методов деятельности с учетом сфер деятельности организации (специалиста). Целью освоения дисциплины «Некоммерческий маркетинг» является ознакомление студентов с особенностями и маркетинговыми методиками управления человеком и протекающих при этом процессах. По прохождении курса студенты должны представлять, как, обращаясь к клиенту с каким-либо предложением, избрать такую последовательность действий, чтобы получить максимально возможную готовность человека взаимодействовать с ним.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Некоммерческий маркетинг в системе общественных потребностей 1.1. Природа и роль некоммерческого маркетинга в современном обществе 1.2. Поведение потребителей некоммерческих продуктов 1.3. Идеология и организация маркетингового управления в некоммерческой сфере 1.4. Маркетинговая среда и информационная система некоммерческих субъектов 2. Инструменты некоммерческого маркетинга 2.1. Сегментирование рынка и позиционирование некоммерческих продуктов 2.2. Разработка комплекса некоммерческого маркетинга 2.3. Маркетинговые стратегии, планирование и контроль в системе в системе некоммерческого маркетинга
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, творческое задание, тест, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных ( <a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a> ), Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» ( <a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a> ), Сайт для HR-менеджеров ( <a href="http://www.hrm.ru">http://www.hrm.ru</a> ), Учебники онлайн

	<p>(<a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a>), Сайт Международного валютного фонда (МВФ) (<a href="http://www.imf.org/external/index.htm">http://www.imf.org/external/index.htm</a>), Сайт Всемирного банка (<a href="http://www.worldbank.org/">http://www.worldbank.org/</a>), Сайт Всемирной торговой организации (ВТО) (<a href="https://www.wto.org/">https://www.wto.org/</a>), Сайт Банка России (<a href="http://www.cbr.ru">http://www.cbr.ru</a>), Сайт Министерства финансов РФ (<a href="http://minfin.ru/ru/">http://minfin.ru/ru/</a>), Сайт Организации объединенных наций (ООН) (<a href="http://www.un.org/">http://www.un.org/</a>), Сайт Европейского союза (ЕС) (<a href="http://europa.eu/">http://europa.eu/</a>), Сайт "Внешнеэкономическая деятельность" (<a href="http://www.vneshmarket.ru">http://www.vneshmarket.ru</a>), Официальный сайт Министерства экономического развития России (<a href="http://www.economy.gov.ru">http://www.economy.gov.ru</a>), Федеральные целевые программы РФ (<a href="http://www.fcp.economy.gov.ru">http://www.fcp.economy.gov.ru</a>), Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России - профессиональная база данных (<a href="http://www.gks.ru/">http://www.gks.ru/</a>), Официальные сайты органов государственной власти Российской Федерации и субъектов (<a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a>), Электронная библиотека книг (<a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a>), Журнал "Новый маркетинг" (<a href="http://marketing.web-standart.net">http://marketing.web-standart.net</a>), Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы России (<a href="http://www.fas.gov.ru">http://www.fas.gov.ru</a>), Официальный сайт Федеральной службы финансово-бюджетного надзора России (<a href="http://www.rosfinnadzor.ru">http://www.rosfinnadzor.ru</a>), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (<a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 1 на 4 баллов, творческое задание - 13 на 49 баллов, тест - 7 на 40 баллов, эссе - 1 на 7 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.11. Управление рекламной деятельностью**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	получение углубленных теоретических и практических знаний в области рекламы, необходимые для самостоятельной организации рекламного процесса в компании.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Связи с общественностью в коммерческой сфере", "Digital-коммуникации"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1



<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предмет, метод и задачи рекламы</li> <li>2. История возникновения и развития рекламы</li> <li>3. Социально-психологические основы рекламы</li> <li>4. Основные средства маркетинговых коммуникаций</li> <li>5. Правовое регулирование рекламной деятельности</li> <li>6. Классификация рекламных средств</li> <li>7. Рекламные средства и их применение</li> <li>8. Организация, управление и планирование рекламной деятельности</li> <li>9. Эффективность рекламной деятельности</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, проект, творческое задание
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:          Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" (<a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a>), Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 1 на 10 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 3 на 30 баллов, проект - 1 на 40 баллов, творческое задание - 2 на 20 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.12. Деловой документооборот

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины является формирование знаний и навыков по созданию, оформлению и организации работы с организационно-распорядительной, информационно-справочной и кадровой документацией.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений.</p> <p>Трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед.</p> <p>Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной):          "Библиография"</p> <p>Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Связи с общественностью в коммерческой сфере"</p>
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль документа в управленческой деятельности             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Становление делопроизводства в России</li> <li>1.2. Документ: понятие, функции и классификация</li> <li>1.3. Требования к оформлению и содержанию документов</li> </ol> </li> <li>2. Основные виды документов в организации             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Организационно-распорядительные документы</li> <li>2.2. Справочно-информационные документы</li> </ol> </li> </ol>

	2.3. Документы по личному составу 3. Делопроизводство и организация документооборота 3.1. Документооборот: понятие и организация 3.2. Текущее и архивное хранение документов
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, разноуровневые задачи и задания, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	разноуровневые задачи и задания - 6 на 40 баллов, тест - 7 на 60 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.13. Организация и проведение коммуникационных кампаний**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель изучения дисциплины – овладение основами коммуникации, что включает формирование навыков и развитие умений эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. Целью освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является формирование знаний и умений, связанных с планированием, организацией и реализацией коммуникационных кампаний, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоением различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов проведения коммуникационных кампаний на адекватном уровне и в различных сферах.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Event-менеджмент как индустрия и профессия 2. Мероприятия как основной элемент коммуникационной кампании 3. Этапы жизненного цикла коммуникационной кампании 4. Выбор концепции мероприятия 5. Реализация коммуникационной кампании
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, курсовое проектирование (курсовая работа), лабораторная

	работа, разноуровневые задачи и задания, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных ( <a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a> ), Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru/">http://cyberleninka.ru/</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» ( <a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a> ), Библиотека Журналиста ( <a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a> ), Новый репортер, сайт о новых медиа ( <a href="http://newreporter.org/">http://newreporter.org/</a> ), Библиотека научной литературы по медиаобразованию на Российском общеобразовательном портале ( <a href="http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823">http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823</a> ), Интернет-версия журнала «Журналист» ( <a href="http://journalist-virt.ru/">http://journalist-virt.ru/</a> ), Учебники онлайн ( <a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a> ), Бизнес-библиотека ( <a href="http://business-library.ru/">http://business-library.ru/</a> ), Официальные сайты органов государственной власти Российской Федерации и субъектов ( <a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a> ), Электронная библиотека книг ( <a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a> ), Журнал "Новый маркетинг" ( <a href="http://marketing.web-standart.net/">http://marketing.web-standart.net/</a> ), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» ( <a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a> ), Интернет-сообщество менеджеров России ( <a href="http://www.e-xecutive.ru/">http://www.e-xecutive.ru/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	лабораторная работа - 2 на 29 баллов, разноуровневые задачи и задания - 1 на 13 баллов, творческое задание - 3 на 42 баллов, тест - 1 на 16 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет, курсовая работа.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.14. Стратегический маркетинг**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Стратегический маркетинг» является формирование знаний и умений, связанных с изучением разработки нормативов конкурентоспособности организации и выпускаемых ею товаров на основе исследований стратегических потребностей, ценностей, товаров и рынков.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Понятие стратегического маркетинга 2. Прогнозирование спроса. Стратегическая сегментация рынка 3. Анализ конкуренции на рынках. Выбор стратегии

	<p>конкурентной борьбы в зависимости от силы конкуренции</p> <p>4. Конкурентные преимущества предприятия</p> <p>5. Оценка конкурентоспособности объектов</p> <p>6. Стратегическое ценообразование</p> <p>7. Стратегические решения по каналам сбыта</p> <p>8. Стратегические решения по системе маркетинговых коммуникаций</p> <p>9. Формирование стратегического плана на предприятии и оценка его эффективности</p> <p>10. Стратегия продвижения в интернете</p> <p>11. Управление конкурентными преимуществами объектов на основе их эксклюзивных ценностей</p> <p>12. Методы оценки стратегической конкурентоспособности объектов</p> <p>13. Изучение стратегий поведения потребителей</p> <p>14. Формирование нормативов стратегической конкурентоспособности объектов</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, кейс-study, разноуровневые задачи и задания, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" (<a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a>), КиберЛенинка (<a href="http://cyberleninka.ru/">http://cyberleninka.ru/</a>), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office), Управление бизнес-проектами (MS Project Professional).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	кейс-study - 10 на 25 баллов, разноуровневые задачи и задания - 10 на 25 баллов, тест - 10 на 50 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### Аннотация рабочей программы дисциплины **Б1.У.15. Управление продажами**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	<p>Цели изучения дисциплины - освоение теории и практики технологии работы с клиентами, ознакомление студентов с передовым опытом и проблемами работы с клиентами в организациях торговли и сферы услуг.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечить овладение знаниями об технологии работы с клиентами;</li> <li>- раскрыть содержание основных понятий, характеризующих технологии работы с клиентами;</li> <li>- освоить основные методы и технологии работы с клиентами;</li> <li>- овладеть приемами решения задач в области технологии работы с клиентами.</li> </ul>
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками

<b>программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Организация работы отдела продаж 2. Структура продажи 3. Установление и поддержание контакта 4. Основные психологические типы поведения клиентов 5. Подготовка к переговорам 6. Техника коммуникации продавца с клиентом
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, кейс-study, разноуровневые задачи и задания, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), Электронный словарь On-line Dictionaries ( <a href="http://www.onelook.com/">http://www.onelook.com/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	кейс-study - 5 на 25 баллов, разноуровневые задачи и задания - 5 на 25 баллов, тест - 5 на 50 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.16. Связи с общественностью в коммерческой сфере**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель дисциплины «Связи с общественностью в коммерческой сфере» сформировать представление о возможностях, новых эффективных идеях и различных технологиях в области развития общественных связей, способах поддержки деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ. В процессе изучения курса у студентов формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования сферы связей с общественностью в коммерческой сфере, изучаются особенности реализации современных PR-проектов и кампаний, принятии управленческих решений в данной сфере. Задачи изучения дисциплины: - изучить концепции организации общественных связей за рубежом и в России, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить специфику российской ситуации; - освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

<b>зачетных единицах</b>	Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Менеджмент", "Методика маркетинговых исследований", "Деловой документооборот", "Культура речи и деловое общение", "Интернет-маркетинг", "Маркетинговые коммуникации", "Поведение потребителей", "Управление имиджем", "Управление рекламной деятельностью", "Основы теории массовой коммуникации", "Брендинг"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Введение в дисциплину "Связи с общественностью в коммерческой сфере" 2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью 3. Понятие и коммуникативные функции имиджа компании 4. Организационные аспекты и документационное обеспечение PR-деятельности
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, разноуровневые задачи и задания, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Справочно-правовая система (Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационная справочная система), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 1 на 15 баллов, разноуровневые задачи и задания - 3 на 45 баллов, тест - 1 на 40 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.У.17. Связи с общественностью в общественной сфере**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	В результате изучения дисциплины у студентов формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины; специфике проведения PR-кампаний в государственных и политических структурах; целях, задачах, инструментах и методах формирования PR-кампаний в исследуемой сфере с учетом российского и зарубежного опыта; изучаются особенности реализации современных PR-проектов и программ, их учет при
---------------------------------	--

	принятии управленческих решений в государственных и политических структурах.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль связей с общественностью в общественном секторе</li> <li>2. Политический PR в контексте государственного управления Российской Федерации</li> <li>3. Модели связей с общественностью</li> <li>4. Цели связей с общественностью</li> <li>5. Отличия в PR - структурах общественного сектора и бизнес управления</li> <li>6. Взаимодействие с целевыми аудиториями</li> <li>7. Политический PR в контексте государственного управления Российской Федерации</li> <li>8. Роль интернета в общественном секторе в современном мире</li> <li>9. Менеджмент новостей и конструирование новостной информации</li> <li>10. Новые технологии и интернет в PR и рекламе общественных сфер</li> </ol>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, творческое задание, тест, тренажер
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" (<a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a>), Библиотека центра экстремальной журналистики (<a href="http://www.library.cjes.org/online/">http://www.library.cjes.org/online/</a>), Электронная библиотека Раздел "Журналистика" (<a href="http://www.gumer.info/">http://www.gumer.info/</a>), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» (<a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a>), Библиотека Журналиста (<a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a>), Библиотека научной литературы по медиаобразованию на Российском общеобразовательном портале (<a href="http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823">http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823</a>), Интернет-версия журнала «Журналист» (<a href="http://journalist-virt.ru">http://journalist-virt.ru</a>), HR-портал (сообщество профессионалов) (<a href="http://www.hr-portal.ru">http://www.hr-portal.ru</a>), Официальный сайт Министерства экономического развития России (<a href="http://www.economy.gov.ru">http://www.economy.gov.ru</a>), Официальные сайты органов государственной власти Российской Федерации и субъектов (<a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a>), Журнал "Новый маркетинг" (<a href="http://marketing.web-standart.net">http://marketing.web-standart.net</a>), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (<a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система).</p>

<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 1 на 10 баллов, творческое задание - 3 на 45 баллов, тест - 6 на 30 баллов, тренажер - 1 на 15 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### Аннотация рабочей программы дисциплины **Б1.У.18. Digital-коммуникации**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Основная цель дисциплины – способствовать приобретению знаний относительно основных подходов и инструментов digital-коммуникаций и формированию навыков создания и продвижения продуктов в цифровой среде
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Методика маркетинговых исследований", "Управление рекламной деятельностью"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	1.1. Основы цифровых коммуникаций 2.2. Рекламные возможности цифровых коммуникаций 3.3. Средства массовых цифровых коммуникаций 4.4. Особенности интернета как канала коммуникаций и рекламной среды 5.5. Веб-сайт как инструмент рекламной коммуникации 6.6. Средства создания и продвижения сайта 7.7. Социальные сети как инструмент продвижения 8.8. Определение эффективности интернет-коммуникации 9.9. Аналитика для повышения эффективности цифровых коммуникаций
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, лабораторная работа, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Интернет-версия журнала «Журналист» ( <a href="http://journalist-virt.ru">http://journalist-virt.ru</a> ), Журнал "Новый маркетинг" ( <a href="http://marketing.web-standart.net">http://marketing.web-standart.net</a> ), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» ( <a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a> ), Конструктор сайтов ( <a href="http://www.rabce.da.ru/">http://www.rabce.da.ru/</a> ), Google Академия ( <a href="http://scholar.google.ru/">http://scholar.google.ru/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	лабораторная работа - 5 на 55 баллов, тест - 9 на 45 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.



аттестации	
------------	--

## Аннотация рабочей программы дисциплины **Б1.Э.1. Бренддинг общественных организаций**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бизнесе» является формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоением различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Элективная дисциплина. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Современные подходы к определению бренднга. Специфика бренднга общественных организаций. Современные подходы к определению бренднга. Специфика бренднга общественных организаций. 2. Создание имиджа бренда 3. Бренднг в политическом маркетинге 4. Атрибуты бренда общественных организаций. Легендирование и мифологизация. 5. Интернет - коммуникации в бренднге общественных организаций.
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, лабораторная работа, творческое задание
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: ИВИС - Универсальные базы данных ( <a href="http://www.dlib.eastview.ru/">http://www.dlib.eastview.ru/</a> ), Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Журнал «Вопросы теории и практики журналистики» ( <a href="http://jq.isea.ru/">http://jq.isea.ru/</a> ), Библиотека Журналиста ( <a href="http://journalism.narod.ru/">http://journalism.narod.ru/</a> ), Новый репортер, сайт о новых медиа ( <a href="http://newreporter.org/">http://newreporter.org/</a> ), Библиотека научной литературы по медиаобразованию на Российском общеобразовательном портале ( <a href="http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823">http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823</a> ), Интернет-версия журнала «Журналист» ( <a href="http://journalist-virt.ru">http://journalist-virt.ru</a> ), Учебники онлайн ( <a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a> ), Бизнес-библиотека ( <a href="http://business-library.ru">http://business-library.ru</a> ), Официальные сайты органов государственной власти Российской Федерации и субъектов ( <a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a> ), Электронная библиотека книг ( <a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a> ), Журнал "Новый маркетинг" ( <a href="http://marketing.web-standart.net">http://marketing.web-standart.net</a> ), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

	( <a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a> ), Интернет-сообщество менеджеров России ( <a href="http://www.e-executive.ru">http://www.e-executive.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	лабораторная работа - 2 на 12 баллов, творческое задание - 11 на 88 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### Аннотация рабочей программы дисциплины **Б1.Э.1. Маркетинг территорий**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения дисциплины «Маркетинг территорий» является приобретение знаний и умений находить и анализировать информацию для решения маркетинговых задач управления в сфере территориального маркетинга, а также навыков презентации результатов самостоятельной работы
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Элективная дисциплина. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Маркетинг", "Социология"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-3
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Основы маркетинга территорий 1. Основы маркетинга территорий 2. Маркетинг страны 3. Маркетинг региона 4. Маркетинг города 5. Организация маркетинга территории
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, доклад, сообщение, кейс-study, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, отчет, тест, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), КиберЛенинка ( <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a> ), Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ( <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ), Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 1 на 15 баллов, доклад, сообщение - 3 на 15 баллов, кейс-study - 1 на 30 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 1 на 15 баллов, отчет - 1 на 5 баллов, тест - 5 на 5 баллов, эссе - 1 на 15 баллов

<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.
---------------------------------------	----------

### Аннотация рабочей программы дисциплины **Б1.Э.2. Рекламные технологии**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Дать представление о создании рекламного продукта, а также сформировать у студентов теоретический фундамент и выработать комплекс навыков для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных обращений с их вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Элективная дисциплина. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Развитие взглядов на рекламу и ее отличительные признаки 2. Место рекламы в системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций 3. Основные средства распространения рекламы 4. Социально-психологическое воздействие рекламы на потребителей 5. Особенности рекламы в Интернет 6. Телевизионная реклама 7. Прочие формы рекламных материалов и мероприятий
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, творческое задание, тест, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент» ( <a href="http://www.ecsocman.edu.ru">http://www.ecsocman.edu.ru</a> ), Учебники онлайн ( <a href="http://uchebnik-online.com/">http://uchebnik-online.com/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	творческое задание - 5 на 70 баллов, тест - 1 на 20 баллов, эссе - 1 на 10 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### Аннотация рабочей программы дисциплины **Б1.Э.2. SMM-технологии**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью дисциплины является освоение теоретических подходов и практических навыков управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия. Для достижения цели требуется решение следующих задач:
---------------------------------	--

	усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа; получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа; анализ российской практики маркетинга в социальных медиа; адаптация современных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа для российских условий.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ). Элективная дисциплина. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед. Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Информационные технологии", "Маркетинг", "Методика маркетинговых исследований", "Маркетинговые коммуникации"
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1
<b>Содержание дисциплины</b>	1.1. Характеристика соцсетей как маркетинговой площадки 2.2. Особенности поведения пользователей соцмедиа 3.3. Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа 4.4. Системы мониторинга и аналитики. 5.5. KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа.
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, лабораторная работа, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Журнал "Новый маркетинг" ( <a href="http://marketing.web-standart.net">http://marketing.web-standart.net</a> ), Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» ( <a href="http://www.cfin.ru/press/marketing/">http://www.cfin.ru/press/marketing/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	лабораторная работа - 5 на 75 баллов, тест - 5 на 25 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Э.3. Физическая культура и спорт (элективные дисциплины): атлетическая гимнастика, аэробика, бадминтон, баскетбол, волейбол, настольный теннис, специальная медицинская группа**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель освоения дисциплины по физическому воспитанию является – формирования физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.
<b>Место дисциплины (модуля) в</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ

<b>структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	(МОДУЛИ). Элективная дисциплина. Трудоемкость дисциплины составляет 0 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-7
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Правила, нормативы, организация соревнований (по видам спорта) 2. Спортивная техника (по видам спорта) 3. Спортивная тактика (по видам спорта)
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, семинары, самостоятельная работа, доклад, сообщение, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	доклад, сообщение - 1 на 30 баллов, тест - 1 на 70 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

### **Аннотация программы практики Б2.О.1. Учебная практика (профессионально-ознакомительная)**

<b>Цель практики</b>	<p>Задачами учебной (ознакомительной) практики являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- закрепление и дополнение теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин учебного плана;</li> <li>- ознакомление студентов с информационными ресурсами университета (сайт, страницы в социальных сетях и печатных материалов);</li> <li>- знакомство на практике с рекламными и PR-материалами университета;</li> <li>- ознакомление с деятельностью приемной комиссии в части проведения профориентационных мероприятий;</li> <li>- знакомство с планами работы приемной комиссии университета, на базе которого студент отрабатывает практические навыки;</li> <li>- знакомство на практике с системой внутреннего и внешнего документооборота приемной комиссии университета;</li> <li>- ознакомление и изучение программного обеспечения, необходимого для проведения профориентационных, рекламных и PR-мероприятий;</li> <li>- получение первичного навыка планирования, подготовки и проведения профориентационных мероприятий;</li> <li>- овладение первичными навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации при организации и проведении профориентационных мероприятий;</li> <li>- овладение первичными навыками коммуникации в сети Интернет в процессе организации и проведении профориентационных мероприятий;</li> <li>- овладение основами деловой коммуникации</li> </ul>
----------------------	--

	<p>специалистов приемной комиссии;</p> <p>- практическое применение теоретических знаний при проверке рекламных и PR-текстов на наличие грамматических, орфографических и стилистических ошибок;</p> <p>- приобретение навыков систематизации собранных материалов в соответствии с заданиями по учебной практике и структурой отчета;</p> <p>- приобретение навыков формирования отчетов.</p> <p>Прохождение практики позволяет подготовить студента к информационно-аналитической деятельности для решения задач организации и проведения профориентационных, рекламных и PR-мероприятий, что направлено на комплексное формирование общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося, приобретение практических навыков самостоятельного решения задач в области рекламы и связи с общественностью.</p>
<b>Место практики в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	<p>Принадлежность практики - БЛОК 2 ПРАКТИКА.</p> <p>Обязательная часть. Практика проводится на 1-м курсе во 2-м семестре.</p> <p>Трудоемкость практики составляет 3 зач. ед. (2 нед.).</p>
<b>Способ(ы) проведения практики:</b>	стационарная
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-1, ОПК-3, ОПК-6
<b>Содержание (этапы) практики</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовительный этап</li> <li>2. Основной этап</li> <li>3. Заключительный этап</li> </ol>
<b>Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем</b>	Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### Аннотация программы практики Б2.О.2. Преддипломная практика

<b>Цель практики</b>	<p>Цель практики - формирование навыков и умений по поиску, анализу и оценке информации для последующей подготовки и принятию маркетинговых, рекламных и PR-решений, в частности для подготовки ВКР.</p> <p>Задачами производственной практики являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поиск, сбор, анализ и синтез информации, характеризующей деловую и, в частности, маркетинговую, рекламную и PR-активность и эффективность предприятия (организации);</li> <li>2. Поиск, сбор, анализ и синтез информации, характеризующей внешнюю среду предприятия (организации);</li> </ol>
----------------------	--

	3. Подготовка самостоятельных решений в области рекламы и PR.
<b>Место практики в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность практики - БЛОК 2 ПРАКТИКА. Обязательная часть. Практика проводится на 4-м курсе во 2-м семестре. Трудоемкость практики составляет 12 зач. ед. (8 нед.). Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного прохождения практики): "Иностранный язык", "Информационные технологии", "История отечественной литературы", "Маркетинг", "Современный русский язык", "Философия", "Менеджмент", "История (история России, всеобщая история)", "История зарубежной литературы", "Деловой документооборот", "Методика маркетинговых исследований", "Современные технические средства в профессиональной деятельности", "Теория и практика рекламы", "Интернет-маркетинг", "История культуры", "Маркетинговые коммуникации", "Теория и практика связей с общественностью", "Управление имиджем", "Поведение потребителей", "Экономическая культура", "Создание медиаконтента", "Управление рекламной деятельностью", "Основы теории массовой коммуникации", "Маркетинг территорий", "Некоммерческий маркетинг", "Брендинг", "Организация и проведение коммуникационных кампаний", "Правовые основы профессиональной деятельности", "Профессиональная этика", "Рекламные технологии", "Связи с общественностью в коммерческой сфере", "Связи с общественностью в общественной сфере", "Стратегический маркетинг"
<b>Способ(ы) проведения практики:</b>	стационарная
<b>Формируемые компетенции</b>	ОПК-2, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7
<b>Содержание (этапы) практики</b>	.1. Подготовительный этап .2. Основной этап .3. Заключительный этап
<b>Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем</b>	Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

**Аннотация программы практики Б2.У.1. Производственная практика  
(практика по получению профессиональных умений и опыта  
профессиональной деятельности)**

<b>Цель практики</b>	Основной целью производственной практики студентов является знакомство студентов с организацией и методами рекламной деятельности в роз-ничных и
----------------------	--

	<p>оптовых торговых предприятиях, а также с организацией товарной рекламы, крупными предприятиями-производителями товаров и услуг.</p> <p>Изучение этих вопросов будет способствовать развитию у студентов навыков использования новых прогрессивных подходов к управлению и ведению дел на различных участках рынка рекламы товаров, работ и услуг в условиях рыночной экономики.</p> <p>Объектами производственной практики могут быть: оптовые предприятия, оптово-розничные объединения, акционерные общества, магазины, общества с ограниченной ответственностью, частные фирмы, отделы маркетинга крупных предприятий, рекламные агентства.</p> <p>Основные задачи производственной практики заключаются в следующем:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анализ состояния, перспективных направлений и проблем развития рынка;</li> <li>• проведение маркетинговых исследований для рекламных целей;</li> <li>• организация рекламной деятельности;</li> <li>• создание и моделирование рекламного продукта.</li> </ul>
<b>Место практики в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность практики - БЛОК 2 ПРАКТИКА. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Практика проводится на 2-м курсе во 2-м семестре. Трудоемкость практики составляет 6 зач. ед. (4 нед.).
<b>Способ(ы) проведения практики:</b>	стационарная
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-2
<b>Содержание (этапы) практики</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовительный этап</li> <li>2. Основной этап</li> <li>3. Заключительный этап</li> <li>4. Промежуточная аттестация</li> </ol>
<b>Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем</b>	Пакет офисных программ (MS Office), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11).
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация программы практики Б2.У.2. Производственная практика (профессионально-творческая)**

<b>Цель практики</b>	<p>Цель практики - формирование навыков и умений по поиску, анализу и оценке информации для последующей подготовки и принятию маркетинговых, рекламных и PR-решений.</p> <p>Задачами производственной практики являются:</p>
----------------------	--



	1. Поиск, сбор, анализ и синтез информации, характеризующей деловую и, в частности, маркетинговую, рекламную и PR-активность и эффективность предприятия (организации); 2. Поиск, сбор, анализ и синтез информации, характеризующей внешнюю среду предприятия (организации).
<b>Место практики в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность практики - БЛОК 2 ПРАКТИКА. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Практика проводится на 3-м курсе во 2-м семестре. Трудоемкость практики составляет 6 зач. ед. (4 нед.). Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного прохождения практики): "Библиография", "Иностранный язык", "Информационные технологии", "Маркетинг", "История (история России, всеобщая история)", "Менеджмент", "Философия", "Теория и практика рекламы", "Методика маркетинговых исследований", "Современные технические средства в профессиональной деятельности", "Деловой документооборот", "Интернет-маркетинг", "Маркетинговые коммуникации", "Создание медиаконтента", "Поведение потребителей", "Теория и практика связей с общественностью", "Управление имиджем"
<b>Способ(ы) проведения практики:</b>	стационарная
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-3
<b>Содержание (этапы) практики</b>	.1. Подготовительный .2. Основной .3. Заключительный
<b>Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем</b>	Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader_11), Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен.

### **Аннотация программы Государственной итоговой аттестации**

<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - БЛОК 3 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ (Базовая часть). Государственная итоговая аттестация проводится после выполнения обучающимся в полном объеме учебного плана или индивидуального учебного плана по соответствующей образовательной программе высшего образования. Трудоемкость ГИА составляет 6 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	
<b>Содержание программы</b>	1. Общие положения

	2. Порядок проведения ГИА 3. Примерные темы ВКР 4. Схема формирования итоговой оценки при выполнении и защите ВКР 5. Литература 6. Методические указания по подготовке ВКР 7. Требования к оформлению ВКР Приложения (шаблоны документов)
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет</b>	
<b>Формы итоговой аттестации</b>	Защита ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

### **Аннотация рабочей программы дисциплины ФТД.У.1. Библиография**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - <b>ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> . Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 0 зач. ед. Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Деловой документооборот"
<b>Формируемые компетенции</b>	
<b>Содержание дисциплины</b>	
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	.

### **Аннотация рабочей программы дисциплины ФТД.У.2. Адаптивная физическая культура и спорт**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель освоения дисциплины по физическому воспитанию является – формирования физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - <b>ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> . Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-7

<b>Содержание дисциплины</b>	1. Значение физической культуры в социальной и профессиональной деятельности 2. Практические занятия по физической подготовке
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, творческое задание, тест
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронно-библиотечная система IPRbooks ( <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a> ), Базы данных ИНИОН РАН ( <a href="http://ininon.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://ininon.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a> ), Консультант Плюс - информационно-справочная система ( <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	творческое задание - 1 на 60 баллов, тест - 1 на 40 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины ФТД.У.3. Адаптивный курс: Коммуникативный практикум**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Цель сформировать умения и навыки эффективного поведения в процессе общения. Задачи 1. Уметь толерантно воспринимать и правильно оценивать людей, включая их индивидуальные характерологические особенности, цели, мотивы, намерения, состояния; вступать в эффективные межличностные и деловые коммуникации. 2. Ориентироваться в незнакомых ситуациях учебной и внеучебной деятельности в вузе, действовать с учетом данных условий. 3. Изучить особенности поведения личности в конфликтной ситуации, освоить технологию переговорного процесса в режимах принципиальной позиции, компромисса, сотрудничества. 4. Знать теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации; методы и способы эффективного общения, проявляющиеся в выборе средств убеждения и оказании влияния на партнеров по общению.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в</b>	Принадлежность дисциплины - ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ. Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

<b>зачетных единицах</b>	Трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-4
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Социально-психологические характеристики общения 2. Речь в социальном взаимодействии 3. Публичная речь 4. Межличностная коммуникация 5. Психология конфликта 6. Саморегуляция в процессе коммуникации 7. Спор. Стратегия спора. Спор: происхождение и психологические особенности 8. Основные коммуникативные барьеры 9. Манипулятивное общение 10. Формы деловой коммуникации
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, кейс-study, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников" ( <a href="http://www.grebennikon.ru/">http://www.grebennikon.ru/</a> ), Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="http://www.biblio-online.ru">biblio-online.ru</a> ( <a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> ), Электронная библиотека книг ( <a href="http://aldebaran.ru/">http://aldebaran.ru/</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Архиватор файлов с высокой степенью сжатия (7-Zip), Проигрыватель мультимедиа для просмотра в формате Flash (Adobe Flash player).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 2 на 20 баллов, кейс-study - 3 на 30 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 5 на 50 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

#### **Аннотация рабочей программы дисциплины ФТД.У.4. Адаптивный курс: Основы социального и психологического здоровья**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целью освоения курса является изучение основ психологии здоровья, с основными теоретическими концепциями социального и психического здоровья как сложного и многогранного явления и понятия, с мерами и методами сохранения и повышения уровня здоровья.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - <b>ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> . Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-8
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Введение в предмет. Основы социального и психологического здоровья как новое научное направление 2. Здоровье человека и его составляющие. Концепции здоровья и болезни 3. Взаимосвязь соматического, психического и социального здоровья. 4. Внутренняя картина здоровья и болезни.

	Психокоррекционные методы работы с картиной болезни 5. Стресс как фактор дезадаптации организма. Аппаратные методы психокоррекции стресса. 6. Подходы и методы саморегуляции и повышения уровня здоровья
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, семинары, самостоятельная работа, кейс-study, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, лабораторная работа
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	Рекомендуются следующие Интернет ресурсы: Электронная библиотека Института философии РАН ( <a href="http://www.philosophicalclub.ru/?an=biblio">http://www.philosophicalclub.ru/?an=biblio</a> ), Библиотека Славы Янко ( <a href="http://yanko.lib.ru/gum.html">http://yanko.lib.ru/gum.html</a> ). При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Конвертер PDF (Adobe Acrobat Reader 11).
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	кейс-study - 1 на 20 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 2 на 20 баллов, лабораторная работа - 3 на 60 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины ФТД.У.5. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО**

<b>Цели освоения дисциплины</b>	Целями освоения дисциплины «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО» являются получение обучающимися теоретических знаний о добровольчестве (волонтерстве) как ресурсе личностного роста и общественного развития; формирование представлений о многообразии добровольческой (волонтерской) деятельности и мотивации добровольцев (волонтеров); приобретение практических навыков в организации труда добровольцев (волонтеров), взаимодействия с социально ориентированными некоммерческими организациями, органами власти и подведомственными им организациями. Основными задачами курса «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО» является активизация личностных ресурсов, способствующих саморазвитию и самореализации, повышение уровня толерантности и личностной креативности как адаптационного ресурса и условия эффективной волонтерской деятельности.
<b>Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы и трудоемкость в зачетных единицах</b>	Принадлежность дисциплины - ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. ед.
<b>Формируемые компетенции</b>	УК-6
<b>Содержание дисциплины</b>	1. Волонтерство как ресурс личностного роста и

	<p>общественного развития</p> <p>2. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности</p> <p>3. Организация работы с волонтерами</p> <p>4. Взаимодействие с социально-ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями</p>
<b>Виды учебной работы</b>	Консультации, лекции, семинары, самостоятельная работа, деловая и/или ролевая игра, кейс-study, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, творческое задание, тест, тренажер, эссе
<b>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>	<p>Рекомендуются следующие Интернет ресурсы:</p> <p>КиберЛенинка (<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>), Электронно-библиотечная система IPRbooks (<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>), Консультант Плюс - информационно-справочная система (<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>), Гарант платформа F1 7.08.0.163 - информационно-справочная система (<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>).</p> <p>При изучении дисциплины используются следующие программные средства: Пакет офисных программ (MS Office), Электронное периодическое издание Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс: Сводное региональное законодательство).</p>
<b>Форма текущего контроля успеваемости студентов</b>	деловая и/или ролевая игра - 1 на 20 баллов, кейс-study - 1 на 10 баллов, круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты - 2 на 20 баллов, творческое задание - 2 на 20 баллов, тест - 1 на 10 баллов, тренажер - 1 на 10 баллов, эссе - 1 на 10 баллов
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет.