УТВЕРЖДАЮ:
Директор института, профессор
Глаз В.Н.
"19" октября 2022 г.

Аннотации к рабочим программам дисциплин и программам практик учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа

Индекс	Дисциплины	Аннотации
Б1.00	**Дисциплины (модули)**	
Б1.О.00	**Обязательная часть**	
Б1.О.01	Философия	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач **Содержание** 1. Философия как наука 2. Мифологическое, религиозное и философское мировоззрение 3. Сущность философских проблем. Функции философии. 4. Исходные понятия и движущие силы историко философского процесса. 5. Сущность философского плюрализма , 1. От мифа к логосу 2. Основные этапы развития античной философии. 3. Досократический период развития древнегреческой философии. 4. Классический период древнегреческой философии, 1. Основные принципы религиозно - философского мировоззрения. 2. Патристика 3. Схоластика 4. Основные черты и направление эпохи Возрождения 5. Гуманистическое направление 6. Натурфилософия эпохи Возрождения

		, 1. Английский эмпиризм XVII века 2. Философский рационализм XVII века 3. Философия французского Просвещения 4. Главные особенности немецкой классической философии 5. Три источника и три составных части марксизма , 1. Позитивизм 2. Критический рационализм 3. Феноменология 4. Экзистенциализм 5. Герменевтика , 1. Русская философия до XIX века 2. П.А. Чаадаев. Западники и славянофилы 3. Философия всеединства Вл. Соловьева 4. Философия свободы Бердяева 5. Философия русского космизма , 1. Философия как наука 2. Мифологическое, религиозное и философское мировоззрение 3. Сущность философских проблем. Функции философии. 4. Исходные понятия и движущие силы историко философского процесса. 5. Сущность философского плюрализма , 1. Сознание, самосознание и личность 2. Познание, творчество, практика 3. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности 4. Действительность, мышление, логика и язык 5. Проблема познаваемости мира 6. Научное и ненаучное познание 7. Научные революции и смены типов рациональности 8. Наука и техника , 1. Глобальные проблемы современности 2. Взаимодействие цивилизаций 3. Сценарии будущего **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.02	Математика	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формировании фундаментальных математических знаний, умений и навыков оперировать основными математическими понятиями и методами, логического мышления и способности самостоятельно изучать учебную и научную литературу, способности математического исследования вопросов экономики и управления, умения осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения

		поставленных задач **Содержание** , , , , , , , Задачи математической статистики. Основные понятия. Вариационный ряд и его числовые характеристики. Эмпирическая функция распределения , Понятие статистической оценки. Точечные оценки неизвестных параметров распределения. Интервальные оценки. Доверительный интервал, доверительная вероятность. , Понятие статистической гипотезы. Ошибки 1-го и 2-го рода при проверке гипотез. Критическая область. Гипотезы о параметрах нормального распределения. Гипотеза о законе распределения., Основные понятия. Определение параметров линейной регрессии методом наименьших квадратов. Выборочный коэффициент корреляции и его свойства. , Виды событий. Действия над событиями. Различные определения вероятности события: классическое, статистическое, геометрическое. Элементы комбинаторики в теории вероятностей. Условная вероятность. Теоремы сложения и умножения вероятностей и их следствия. Формулы полной вероятности и Байеса. , Повторные испытания. Схема Бернулли. Формула Бернулли. Асимптотические формулы Пуассона и Лапласа. Наивероятнейшее число наступлений события. , Понятие и виды случайных величин. Закон распределения вероятностей дискретной случайной величины. Основные распределения дискретной случайной величины. , Функция распределения и плотность вероятности непрерывной случайной величины. Основные законы распределения непрерывной случайной величины. Особая роль нормального распределения: центральная предельная теорема. , Закон больших чисел. Центральная предельная теорема. , Первообразная и неопределенный интеграл. Свойства неопределенного интеграла. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования. , Определение. Основные свойства. Формула Ньютона – Лейбница. Методы интегрирования подстановкой и по частям. Геометрические приложения интеграла. Экономические приложения интеграла. , Несобственные интегралы 1-го рода. Несобственные интегралы 2-го рода. , Понятие о дифференциальном уравнении и его решении. Задача Коши. Дифференциальные уравнения с разделяющимися переменными. Линейные дифференциальные уравнения I по-рядка. Уравнение Бернулли. , Линейные однородные дифференциальные уравнения 2-го порядка с постоянными коэффициентами. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения 2-го порядка с постоянными коэффициентами.

		, Понятие функции нескольких переменных. Линии уровня. Частные производные. Градиент функции. Дифференциал функции. , Необходимые и достаточные условия локального экстремума. Алгоритм нахождения экстремума. Условный экстремум. , Производственные функции. Функция полезности. Кривые безразличия. Частные эластичности. Максимизация функции прибыли. , Понятие производной, ее геометрический и механический смысл. Правила дифференцирования. Таблица производных. Производная сложной функции. Дифференциал функции. , Теорема Лопиталя и раскрытие неопределенностей. Признак монотонности функции. Необходимые и достаточные условия локального экстремума функции. Наибольшее и наименьшее значения функции на отрезке., Выпуклость (вогнутость) функции. Асимптоты. Общая схема исследования функции и построение ее графика. , Понятие множества. Операции над множествами. Окрестность точки. Числовые множества. Комплексные числа. , Понятие функции. Способы задания функций. Основные свойства функций. Графики основных элементарных функций. Применение функций в экономике. , Числовые последовательности. Предел числовой последовательности. Предел функции. Теоремы о пределах. Бесконечно малые и бесконечно большие функции. Замечательные пределы. Непрерывность функции в точке и на отрезке. Свойства непрерывных функций. Классификация точек разрыва функции. , Матрицы. Операции над матрицами. Определители. Минор, алгебраическое дополнение. Свойства определителей. Вычисление определителей любого порядка. Обратная матрица. Ранг матрицы. Применение матриц в экономике. , Общие понятия и определения. Теорема Кронекера-Капелли. Решение систем линейных алгебраических уравнений по формулам Крамера, матричным мето-дом, методом Гаусса. Решение системы линейных однородных уравнений. , Основные понятия. Линейные операции над век-торами. Линейная зависимость векторов. Базис. Скалярное произведение векторов и его свойства. Угол между векторами. Расстояние между двумя точками, Различные уравнения прямой на плоскости и смысл их коэффициентов. Угол между прямыми. Условие параллельности и перпендикулярности прямых. Расстояние от точки до прямой., Кривые второго порядка: окружность, эллипс, гипербола, парабола; их уравнения и построение. Приведение общего уравнения кривой второго порядка к каноническому виду. , Различные уравнения плоскости и смысл их коэффициентов. Угол между плоскостями. Условие параллельности и перпендикулярности плоскостей. Расстояние от точки до плоскости. Уравнения прямой в пространстве. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.03	Информатика	**Цели освоения дисциплины (модуля)** Формирование общей информационной культуры студентов, подготовка их к деятельности, связанной с использованием современных достижений информатики и информационных технологий в профессиональной сфере.

		Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, ОПК-6 способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии **Содержание** , Понятие об информационном обществе. Подходы к определению понятий «информации» и «информатики». Виды и свойства информации. Носители данных. Понятие кодирования информации. Кодирование текстовой, графической, звуковой, видеоинформации. Подходы к измерению информации. Компьютер, как основной инструмент хранения и обработки информации. История развития компьютеров и программного обеспечения., Основные структуры данных и понятие о файле и файловой структуре. Понятие об информационных процессах (хранение, передача и обработка информации). Сравнительная характеристика оперативной памяти ЭВМ и внешних запоминающих устройств. Хранение данных на жестком диске: понятия сектора, кластера, дорожки. FAT-таблица и система адресации к файлам на жестком диске. Структура папок. Служебные программы для работы с внешней памятью: форматирование, дефрагментация, очистка диска., , Базовые возможности текстового процессора: основы текстового процессора Word; редактирование и форматирование документов; создание рисунков. Стандарты оформления текстовых документов. Интерфейс ТП Word. Сравнительная характеристика текстовых редакторов и текстового процессора. , Способы выделения текста в ТП Word с помощью мыши и клавиатуры. Обзор настроек абзаца и шрифта. Линейка и способы выравнивания текста. Задание междустрочных и межабзацных интервалов. Задание параметров страницы. Задание автоматического переноса слов. Нумерация страниц документа. Стиль абзаца. Создание собственных стилей. Добавление оглавления в документ., Расширенные возможности текстового процессора: работа с таблицами; диаграммы; рисунки; сложные документы. Создание рисунков в ТП Word. Вставка рисунков как отдельных файлов в текст документа. Обтекание рисунков текстом. Использование таблиц для разработки сложных документов., , Базовые возможности табличного процессора: основные понятия табличного процессора MS Excel. Запись и копирование формул. Работа с мастером функций. Абсолютные и относительные ссылки. Форматирование текста в ячейках. Построение диаграмм по табличным данным. , Понятие списка в Excel. Понятие записи списка. Сортировка списка по нескольким признакам. Фильтрация данных списка. Простой фильтр. Расширенный фильтр. Поиск информации в списке., Категории стандартных функций в мастере функций. Технология создания формул, сочетающих стандартные функции и простые арифметические вычисления. Использование графиков для построения трендовых моделей. Надстройки Excel для статистической обработки данных и для поиска управляющих решений. , , Основные понятия баз данных: таблицы, связи между таблицами, ключевые поля. Преобразование БД в СУБД. Запросы, формы, отчеты, макросы. Интерфейс СУБД MS Access. Проектирование БД. Варианты создания таблиц. Типы связей между таблицами. Схема данных., Понятие запроса в СУБД Access. Работа с конструктором запросов. Технология создания запроса на выборку. Добавление вычисляемых полей в запрос. Возможные отличия схемы данных запроса и схемы данных БД. Сортировка и фильтрация записей запроса., Понятие формы в СУБД Access. Форма как средство управления СУБД. Понятие и технология создания составной формы. Главная кнопочная форма., Понятие отчета в СУБД Access. Создание отчета с помощью мастера. Причины необходимости доработки отчета вручную. , Роль программирования в СУБД. Понятие макроса в СУБД Access, сравнение с макросами в ТП Word и ТП Excel. Применение языка SQL для автоматизации обработки информации в СУБД. Сравнение языка SQL и универсальных языков программирования. Просмотр запросов в режиме SQL., , Понятие компьютерной сети. Составные части компьютерной сети. Типы каналов передачи информации и их сравнительная характеристика. Понятие протокола передачи информации. Архитектура компьютерных сетей. Администрирование

		компьютерной сети. Защита информации в компьютерной сети., Понятие и назначение WEB-страниц. Назначение и основные команды языка HTML. Технология создания WEB-страниц с помощью текстового редактора Блокнот. Браузер как средство воспроизведения WEB-страниц. , Классификация угроз информации в компьютерной сети. Способы защиты информации в компьютерной сети. Классификация компьютерных вирусов. Работа с антивирусной программой., , Понятие справочной правовой системы. Обновление информации в СПС. Способы поиска информации в СПС. Сравнение СПС Консультант плюс и Гарант. **Форма контроля** Зачет, Зачет с оценкой
Б1.О.04	Правоведение	**Цели освоения дисциплины (модуля)** является формирование целостного представления о главных особенностях и специфике права, основных отраслях российского законодательства, формах и способах правового регулирования общественных отношений **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, ОПК-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования **Содержание** , , Принцип разделения законодательной, исполнительной и судебной власти. Си-стема государственных органов РФ. Систе-ма «сдержек» и противовесов. Конституционно-правовой статус Прези-дента РФ. Положение Президента РФ в си-стеме органов государственной власти. По-рядок избрания Президента РФ. Прекраще-ние его обязанностей. Органы законодательной (представи-тельной) власти. Федеральные и регио-нальные. Федеральное Собрание – парла-мент Российской Федерации. Государ-ственная Дума и Совет Федерации: порядок формирования и компетенция. Порядок формирования представительных и законо-дательных органов субъектов Российской Федерации. Правительство Российской Федерации. Общая характеристика роли исполнитель-ной власти. Правительство РФ в системе органов государственной власти. Состав, формирование и отставка Правительства. Компетенция и порядок деятельности Пра-вительства РФ. Акты Правительства РФ. Судебная власть. Общая характеристика организации и деятельности судебной вла-сти. Конституционно-правовой статус су-дей. Конституционный Суд РФ. Верховный Суд РФ. Высший Арбитраж-ный суд РФ. , Понятие Конституции, ее сущность. Кон-ституция и государство. Определение Кон-ституции и ее содержание. Прямое действие Конституции. Социальная природа российского конституционного права. Структура и содержание Конституции РФ. Структура Конституции Российской Федерации. Разделы Конституции. Право-вые институты конституционного права. Конституционный строй и его основы. Понятие конституционного строя. Человек, его права и свободы. Демократическое гос-ударство. Суверенное государство. Право-вое государство. Федеративное государство. Республиканская форма правления. Социальное государство. Светское государство. Охрана Конституции. Толкование Кон-ституции. Порядок изменения. Пересмотр Конституции, Поправки к Конституции. , Понятие и признаки государства. Госу-дарство-организация публичной власти. Общие закономерности возникновения

		гос-ударства. Теории происхождения государства. Об-щее и особенное в происхождении государ-ства у различных народов. Обусловленность процесса возникновения государственности конкретными историческими, социально-экономическими, военно-политическими, демографическими, национальными, рели-гиозными и иными факторами. Функции и формы государства. Обуслов-ленность функций государства его сущно-стью и социальным назначением. Понятие и элементы форм государства. Общая характеристика монархий и республик. Форма национально-государственного и административно-территориального устройства. Унитарное государство, федерация и конфедерация. Форма государственного правления в России и ее развитие в современных условиях. Правовое государство: понятие и основ-ные признаки. Соотношение правового государства с гражданским обществом. Со-циальные задачи правового государства. , Сущность права: понятие, принципы, функции. Право в общесоциальном смыс-ле. Право в специально-юридическом смысле. Общеправовые принципы права. Межотраслевые принципы. Отраслевые принципы. Общесоциальные функции: эко-номическая, политическая, воспитательная. Специально-юридические функции. Регулятивная функция, охранительная функция. Структура российского права: нормы, институты, отрасли. Структурные элемен-ты системы права. Норма права. Институт права. Подотрасль права. Отрасль права. Предмет и метод правового регулирования как основание деления права на отрасли и институты. Формы (источники) права. Классифика-ция форм права: нормативный акт, право-вой обычай, юридический прецедент, нор-мативный договор. Система нормативных актов в России. Конституция как основной закон государства. Законы, их понятие, признаки, виды. Подзаконные нормативные акты. Основные отрасли российского права. Частное право как область свободы и част-ной инициативы. Публичное право, как сфера власти и подчинения. , Общая характеристика семейного зако-нодательства. Предмет и метод семейного права. Принципы семейного права. Система и источники семейного права. Осуществление и защита семейных прав. Основания возникновения брачно-семейных правоотношений, их содержа-ние. Субъекты семейных правоотноше-ний. Понятие брака по семейному праву. Стороны в браке. Условия заключения бра-ка. Препятствия к заключению брака. Ме-дицинское обследование вступающих в брак. Порядок заключения брака. Недей-ствительность брака. Понятие, основания и порядок расторжения брака. Личные имущественные и неимуще-ственные отношения между супругами: понятие, значение, виды. Общие положе-ния об имущественных отношениях супру-гов. Режим имущества супругов: совмест-ная собственность, собственность каждого из супругов. Договорный режим имуще-ства: понятие, формы и содержание. Брач-ный контракт. Ответственность супругов по обязательствам. Алиментные обязательства членов семьи. , Понятие, значение и порядок заключения трудового договора. Понятие трудового договора. Содержание трудового договора. Порядок заключения трудового договора. Виды трудовых договоров. Особенности отдельных видов договоров. Перевод на другую работу, его виды. По-нятие перевода. Признаки перевода. Значе-ние перевода. Виды переводов. Перевод на другую постоянную работу. Временный перевод. Юридические гарантии при переводе. Основания прекращения трудовых дого-воров. Классификация прекращения трудо-вого договора. Отстранение работника от работы. Увольнение. Основания и порядок увольнения по инициативе работника. Ос-нования увольнения по инициативе адми-нистрации. Дополнительные основания увольнения некоторых категорий работни-ков. Оформление увольнения. Выходное пособие. Правовые последствия восстанов-ления неправильно уволенного работника. Трудовая дисциплина. Дисциплинарная ответственность. Понятие и значение дис-циплины труда, методы ее обеспечения. Правовое регулирование внутреннего тру-дового распорядка. Основные обязанности работника и администрации. Меры поощре-ния и порядок их применения. Дисципли-нарная ответственность и ее виды. Дисци-плинарный проступок , Общественные отношения, регулируе-мые административным правом. Предмет административного права. Метод админи-стративного права. Функции администра-тивного права. Организационно-структурные и конфликтно-охранительные принципы административного права. Принцип разделения властей. Принцип федерализма. Принцип законности. Принцип

		гласности. Принцип ответственности. Субъекты административного права. Административная правоспособность. Ад-министративная дееспособность. Индиви-дуальные субъекты административного права. Коллективный субъект администра-тивного права. Административное правонарушение. По-нятие и признаки административного пра-вонарушения. Юридический состав адми-нистративного правонарушения. Виды ад-министративных правонарушений. Отгра-ничение административного правонаруше-ния от преступления. Административная ответственность. По-нятие и основные черты административной ответственности. Освобождение от админи-стративной ответственности. Администра-тивная ответственность юридических лиц. Административные взыскания: понятие и цели. Виды административных взысканий. Наложение административного взыскания , Уголовное право как отрасль российско-го права. Понятие уголовного права. Зада-чи и функции уголовного права. Принципы уголовного права. Принцип законности. Принцип справедливости. Принцип равенства. Принцип гуманизма. Система уголовного законодательства. Действие уголовного закона во времени и пространстве. Понятие, признаки и состав преступле-ния. Уголовное право о понятии преступ-ления. Признаки преступления Обществен-ная опасность. Уголовная противоправ-ность. Наказуемость. Классификация пре-ступлений. Состав преступления. Уголовная ответственность и ее основа-ния. Социальная и правовая ответствен-ность. Понятие уголовной ответственности. Основания уголовной ответственности. Система и виды наказания. Понятие и признаки уголовного наказания. Система наказания. Виды наказаний. Штраф. Обяза-тельные работы. Исправительные работы. Конфискация имущества. Арест. Лишение свободы на определенный срок. Пожизнен-ное лишение свободы., Понятие и формы проявления экологи-ческого права. Предмет экологического права. Понятие и сущность экологической концепции. Принципы экологического права. Система экологического права. Источники экологического права. Поня-тие и особенности источников экологиче-ского права. Закон как источник экологиче-ского права. Указы Президента, постанов-ления Правительства, нормативные акты министерств и ведомств. Норматив-но-правовые акты субъектов Федерации. Объекты экологического права. Окружа-ющая природная среда как объект экологи-ческого права. Понятие и функции природ-ного объекта. Природные объекты, природ-ные ресурсы, природные комплексы. Эко-логические права человека как объект охраны экологического права. Экологическая ответственность. Понятие, сущность и функция экологиче-ской ответственности Формы экологиче-ской ответственности. Понятие и состав экологического правонарушения. Класси-фикация экологических правонарушений. Причины экологических правонарушений , Понятие, признаки и структура инфор-мации. Предмет информационного права. Информация как объект права. Информация с ограниченным доступом. Обязательные признаки права на информацию. Структура информации. Государственная и коммерческая тайна. Основные источники права о государствен-ной тайне. Объект правоотношений. Пере-чень сведений, составляющих государ-ственную и коммерческую тайну. Субъекты правоотношений в сфере государственной и коммерческой тайны. Допуск к государ-ственной и коммерческой тайне. Защита прав на коммерческую тайну. Банковская тайна. Объекты и субъекты права на банковскую тайну. Правовая охра-на прав на банковскую тайну. Режим бан-ковской тайны. Защита прав на банковскую тайну. Служебная и профессиональная тайна. Объекты и субъекты права на служебную и профессиональную тайну. Врачебная тайна. Тайна усыновления. Защита права на слу-жебную и профессиональную тайну , Общие положения о наследовании. Поня-тие и значение наследования. Основные понятия наследственного права. Законода-тельство о наследовании. Наследование по завещанию. Содержание завещания. Форма завещания. Особые за-вещательные распоряжения завещателя. Недействительность завещания. Наследование по закону. Наследники по закону и порядок призвания их к наследо-ванию. Необходимые наследники. Вымо-рочное имущество. Приобретение наследства. Принятие наследства. Отказ от наследства. Раздел наследства. Свидетельство о праве на наследство.

		Охрана наследственных прав. , Понятие и значение обязательств. Понятие обязательств. Система обяза-тельств. Виды обязательств. Основания возникновения обязательств. Формы обязательств Договоры. Односто-ронние сделки. Административные акты. Причинение вреда(деликты) и другие не-правомерные действия. События. Понятие и принципы исполнения обяза-тельств. Понятие исполнение обязательств. Принципы исполнения обязательств. Субъ-екты исполнения обязательств. Долевые, солидарные и субсидиарные обязательства. Перемена лиц в обязательстве. Способ, ме-сто и срок исполнения обязательств. Способы обеспечения исполнения обяза-тельств: неустойка, залог, задаток, поручи-тельство, удержание, банковская гарантия. , Понятие и содержание права собственности. Собственность и право собственности. Субъекты права собственности. Объекты права собственности. Правовой режим объектов права собственности. Формы и виды права собственности. Формы права собственности. Частная собственность. Государственная собственность. Муниципальная собственность. Виды и подвиды права собственности. Общая совместная собственность. Основания возникновения и прекращения права собственности. Возникновение права собственности Первоначальные и производные способы Изготовление и создание вещи. Приобретение права собственности на бесхозное имущество. Приватизация. Прекращение права собственности. Принудительное обращение взыскания на имущество собственника. Реквизиция и конфискация. Право собственности граждан и юридических лиц. Правовой режим объектов права собственности граждан. Право собственности отдельных видов юридических лиц. , Понятие, принципы и законодательство гражданского права. Понятие гражданско-го права. Система гражданского права. Гражданское законодательство и его систе-ма. Действие гражданского законодатель-ства. Гражданское правоотношение. Понятие гражданского правоотношения и его осо-бенности. Содержание и форма граждан-ского правоотношения. Субъекты и объек-ты гражданского правоотношения. Виды гражданских правоотношений, их основа-ния. Сделки и представительство. Понятие сделки. Действительность и недействитель-ность сделок. Понятие и виды представи-тельства. Доверенность. **Форма контроля** Зачет
Б1.О.05	Бизнес-проектирование	**Цели освоения дисциплины (модуля)** освоение теоретических знаний в области методологии бизнес-проектирования, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений **Содержание** Современные условия функционирования предприятия, особенности предпринимательской деятельности Экономический механизм функционирования предприятия и его элементы Экономическая безопасность предприятия и ее обеспечение в современных условиях, Управление предприятием как основа его функционирования

		Проектная деятельность в обеспечении функционирования предприятия Классификация проектов Основы управления проектами, Экономическая аспекты управления проектом Внешняя среда и ее влияние на реализацию проекта Внутренняя среда как ресурсный потенциал проекта Экономическая модель проекта, Последовательность разработки бизнес-проектов. Особенности формирования бизнес-идеи и источники ее появления. Роли инноваций в процессе бизнес-проектирования коммерческой деятельности организаций. Анализ имеющихся ресурсов и возможности их использования в реализации бизнес-проектов., Основные элементы бизнес-плана Основные разделы бизнес-плана Типичные ошибки при составлении бизнес-плана , Основные методы маркетинговых исследований Сегментация и исследование рынков Разработка ценовой политики Реклама как система маркетинговых коммуникаций , Участники финансового рынка и источники финансирования бизнес-проектов Меры государственной поддержки бизнес-проектов Критерии оценки инвестиционного проекта Оценка эффективности инвестиций , Экономическое обоснование бизнес-проекта предприятия. Оценка рисков реализации бизнес-проекта предприятия. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.06	Командообразование	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у обучающегося компетенции посредством освоения знаний, умений и навыков работы с командой как одной из организационных форм коллективного управления человеческим ресурсом организации **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде **Содержание** 1.Инструменты работы в команде, на основе толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий 2. Принципы и подходы к созданию команды 3. Процесс создания команды

		4. Жизненный цикл команды 5. Типы команд в организации, 1.Основные типы распределения функций в команде 2. Типы ролевого распределения в команде 3. Распределение функциональных и командных ролей, 1.Организация и координация работы в команде 2. Организация взаимодействия между командами или внешними партнерами 3. Планирование деятельности команды 4.Этапы планирования деятельности команды 5. Ситуационный анализ работы команды, 1. Теоретические подходы к изучению личности руководителя команды 2. Личностные особенности руководителя как фактор восприятия его подчиненными 3. Механизмы влияния руководителя команды , 1. Коммуникационный менеджмент в экономической системе 2. Понятие процесса коммуникации и его особенность в малых группах (командах) 3. Коммуникационные сети в команде и их характеристика. Структура и динамика коммуникаций в малой группе 4.Вербальные и невербальные коммуникации , 1. Факторы эффективности команды 2. Элементы и динамика эффективности команды 3. Оценка знаний и компетентности команды , 1. Факторы развития сплоченности коллектива 2. Основные принципы управления персоналом команды 3. Специфика организационной культуры команды 4. Особенности и направления мотивации команды, 1.Понятие конфликта и его виды 2. Причины конфликтных ситуаций 3. Основные функции конфликта в команде 4. Методы урегулирования конфликта в команде **Форма контроля** Зачет
Б1.О.07	Иностранный язык	**Цели освоения дисциплины (модуля)** Формирование и развитие у обучающихся необходимого уровня общекультурной компетенции, позволяющего использовать иностранный язык как средство коммуникаций в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-4 способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах), ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем **Содержание** , , , Аудирование: – понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения

		– понимание текстов общественно-политического, публицистического (медийного) характера; Чтение: – поисковое чтение (извлечение необходимой информации из аутентичных текстов по обозначенной тематике) – поиск информации в Сети Интернет об особенностях межличностного и делового общения с представителем другой культуры. Говорение: – монолог-описание опыта общения с представителем другой культуры – монолог-высказывание мнения о проблемах толерантности и взаимопонимания. – диалог-обмен мнениями по проблемам глобализации. Письмо: – запись тезисов сообщения по обозначенной тематике – Проектная деятельность (подготовка презентаций, буклетов, конструирование персональных страниц/сайтов) – запись основных положений и фактов аудио/видеозаписи Этикетно-речевые нормы: благодарность, извинение, ответ на просьбу, отказ, согласие. Лексический материал по темам: Роль иностранного языка в современном мире. Современные языки международного общения. Плюсы и минусы глобализации. Проблемы глобального языка и культуры. Изменение статуса языков в мире (в различных социально-политических и культурных контекстах). Взаимодействие языков. Проблема сохранения языкового многообразия мира. Исторические эпохи. Стереотипы восприятия и понимания различных культур. Достопримечательности разных стран. Путешествия и туризм как средство культурного обогащения личности. Популярные туристические маршруты. Типы туров. Планирование путешествия самостоятельно/через турагенство. , Аудирование/ Чтение: (детальное понимание содержания текста и запрашиваемой информации), как средство делового общения – рассказы/письма зарубежных студентов/пре-подавателей о своей стране; – сообщения/тексты о стране изучаемого языка Говорение: – монолог-описание фактов и реалий страны изучаемого языка – монолог-сообщение о событиях, открытиях, персоналиях, – диалог-расспрос о поездке за рубеж. Письмо: – запись основных положений и фактов аудио/видеозаписи; – поддержание контактов с зарубежными студентами при помощи электронной почты; – подготовка проекта (презентации) по обозначенной тематике. Этикетно-речевые нормы: запрос и обмен предметной и фактологической информацией. Лексический материал по темам: Облик города/деревни в различных странах мира. Типы жилищ, досуг и работа людей в городе и деревне. Национальные традиции и обычаи России/ стран изучаемого языка/других стран мира. Родной край. Выдающиеся деятели искусства разных эпох, стран и культур. Крупнейшие музеи мира. Выдающиеся памятники материальной и нематериальной культуры в различных странах мира. Основные этапы и направления в развитии искусства (живопись, музыка, архитектура, кино, театр, литература). Мировые достижения в искусстве (музыка, танцы, живопись, театр, кино, архитектура). Деятельность ЮНЕСКО по сохранению культурного многообразия мира. , Аудирование: – понимание основного содержания аутентичных текстов различных жанров по проблемам и жизненным приоритетам современной молодежи, как средство делового общения – понимание запрашиваемой информации (сайты, чаты, периодика). – детальное понимание информации (общественно-политические, прагматические тексты) по проблеме субкультур. Чтение: – чтение текстов с извлечением основной информации по проблемам молодежи в окружающем мире. – изучение информации из различных источников о молодежных интересах, проблемах, движениях и организациях.

		Говорение: – монолог-мнение о роли молодежи – диалог-дискуссия о современных субкультурах Письмо: – Проектная деятельность (презентации, стенгазеты, брошюры) по проблемам социализации молодежи в окружающем мире. – написание тезисов доклада Лексический материал по темам: Студенческая жизнь в России и за рубежом. Научная, культурная и спортивная жизнь студентов. Молодежные движения и организации. Молодежные субкультуры. Способы самореализации и самовыражения. , Аудирование: – понимание основного содержания аутентичных текстов различных жанров (биографии ученых, научно-популярные фильмы), как средство делового общения – понимание запрашиваемой информации (сайты, чаты, периодика, публицистика) по проблеме участия молодежи в научной деятельности – детальное понимание информации (общественно-политические, прагматические тексты) по проблеме научных инноваций. Чтение: – (чтение текстов с извлечением нужной или интересующей информации (поисковое чтение)) – изучение приглашений, рекламных брошюр, научной публицистики Говорение: – монолог-сообщение на научную тему с использованием научных клише и специальной терминологии – беседа на научную тематику. Письмо: – подготовка тезисов научных докладов на студенческую научную конференцию – Проектная деятельность (презентации, стенгазеты, брошюры) по проблемам участия молодежи в научной деятельности. Лексический материал по темам: Информационные технологии 21 века. Научно-технический прогресс и его достижения. Основные направления развития науки в 21 веке. Плюсы и минусы всеобщей информатизации общества. Выдающиеся личности в науке науки. Основные научные школы и открытия. Плюсы и минусы глобализации. , Аудирование: – понимание основного содержания аутентичных текстов различных жанров по проблеме здорового образа жизни в молодежной среде, как средство делового общения – понимание запрашиваемой информации (сайты, чаты, периодика, научно-популярные, просветительские ролики и фильмы) по проблемам организации продуктивного досуга молодежи – детальное понимание информации (общественно-политические, прагматические, учебные тексты) по вышеуказанной тематике. Чтение: – чтение текстов с извлечением основной информации, распознавание значения слов по контексту (социальный Интернет, печатные и электронные средства массовой информации, чаты, блоги) Говорение: – монолог-сообщение о поведении отдыха, организации досуга – монолог-описание путешествия, поездки, экскурсии, достопримечательности. – диалог-обмен мнениями о здоровом образе жизни в молодежной среде Письмо: – поддержание контактов со сверстниками за рубежом посредством электронной переписки – эссе-размышление о здоровом образе жизни – Проектная деятельность (презентации, стенгазеты, брошюры) о вредных привычках и методах борьбы с ними. Лексический материал по темам: Здоровье и здоровый образ жизни. Основы здорового образа жизни. Спорт и фитнесс. Зимние и летние виды спорта. Выдающиеся спортсмены. История Олимпийских и параолимпийских игр. Проблемы и перспективы

		мирового спортивного движения. , Аудирование: – понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации по проблемам экологической безопасности, как средство делового общения Чтение: – чтение текстов по проблемам экологии с полным пониманием и выстраиванием логической последовательности – поиск информации в сети Интернет о проблемах экологии и международном сотрудничестве в этой области Говорение: – конструирование монологического сообщения на основе извлеченной информации, – диалог-обмен мнениями о проблемах экологии и защиты окружающей среды. Письмо: – запись тезисов сообщения по обозначенной тематике – Проектная деятельность (подготовка презентаций, буклетов, конструирование персональных страниц/сайтов) – запись основных положений и фактов аудио/видеозаписи Этикетно-речевые нормы: сочувствие, утешение. Лексический материал по темам: Мир природы. Охрана окружающей среды. Флора и фауна в различных регионах мира. Проблема личной ответственности за сохранение окружающей среды. Экотуризм: проблемы и перспективы. Роль туризма в экономическом, социальном и культурном развитии стран и регионов. Национальные парки и заповедники, их роль и значение. Экологические движения и организации. , Аудирование/ Чтение: (понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации), как средство делового общения – рассказы/письма зарубежных студентов/пре-подавателй о своих вузах; – блоги/ веб-сайты, информационные буклеты о вузах Говорение: – монолог-описание своего вуза – диалог-расспрос о зарубежном вузе и системе образования; – диалог-обмен мнениями об учебе за рубежом. Письмо: – запись тезисов сообщения о своем вузе – запись основных положений и фактов аудио/видеозаписи Этикетно-речевые нормы: обращение, ответ на обращение, приглашение, поздравление. Лексический материал по темам: Высшее образование в России и за рубежом. Мой вуз: белгородский университет кооперации, экономики и права. Роль высшего образования для развития личности. Уровни высшего образования. Квалификации и сертификаты. История и традиции моего вуза. Известные ученые и выпускники моего вуза. Научные школы моего вуза. , Аудирование: – понимание основного содержания аутентичных текстов различных жанров по проблемам трудоустройства, как средство делового общения – понимание запрашиваемой информации (сайты, чаты, периодика, справочники, рекламные сообщения, объявления о вакансиях, образцы собеседований) – детальное понимание информации (общественно-политические, прагматические тексты) по проблемам трудоустройства. Чтение: – чтение текстов с извлечением полной информации (изучающее чтение) (сайты, чаты, периодика, справочники, рекламные сообщения, объявления о вакансиях, образцы собеседований). Говорение: – диалог-дискуссия о проблемах трудоустройства – диалог-моделирование собеседования при приёме на работу – деловая беседа Письмо:

		– составление рекомендательных и сопроводительных писем, резюме, заполнение бланков. – проектная деятельность (презентации, стенгазеты, брошюры) по проблемам трудоустройства молодежи. Лексический материал по темам: Избранные направления профессиональной деятельности. Изучаемые дисциплины, их проблематика. Основные сферы деятельности в данной профессиональной области. Функциональные обязанности различных специалистов данной профессиональной сферы. Квалификационные требования к специалистам данной профессиональной области в России и за рубежом. Личностное развитие и перспективы карьерного роста. Международный Кооперативный Альянс. Кооперативное образование. , Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: (чтение и общее понимание несложных текстов разных жанров по обозначенной тематике) Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма личного характера Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Взаимоотношения в семье. Семейные обязанности. Семейные праздники. Досуг в будние и выходные дни. Роль семьи в жизни человека. Планирование семейной жизни. Семейные традиции, их сохранение и создание. Активный и пассивный отдых. Планирование досуга и семейных путешествий. , Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: (чтение и общее понимание несложных текстов разных жанров по обозначенной тематике) Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма личного характера Этикетно-речевые нормы: представление, прощание. Лексический материал по темам: Устройство городской квартиры/загородного дома. Возможности жилищного строительства. Социальные программы получения доступного жилья. Еда, покупки. Здоровое питание. Традиции русской и других национальных кухонь. Рецепты приготовления различных блюд. , , Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: масс-медиа, сферы влияния масс-медиа, решения проблем взаимодействия масс-медиа и общества, общение с прессой, преимущество и недостатки рекламы., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Связь между организацией и прессой. Связь между организациями радио и телевидением. Создание режима благоприятствования. Взаимное доверие и уважение между организацией и средствами массовой информации., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Каналы связи между общественностью и СМИ. Поддержание и распределение информации. Формирование точек зрения и позиций., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения

		Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Получение взаимной информации об организации и СМИ. Нежелательные вопросы и темы во взаимодействии организации и СМИ. Журналистская этика и такт., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Сотрудники паблик рилейшнз. Распространение образцов рекламируемого товара. Трения, разногласия между организациями и СМИ., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Сведения о конфиденциальных материалах. Сбалансированный взгляд на комментарии в прессе. Сенсационные сообщения в прессе., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Эксклюзивные сообщения. Правила, инструкции, директивы. Рекламно-информационные письма. Отбор приоритетной информации., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Статьи и очерки конъюнктурного характера. Сотрудничества с журналистами. Особые интересы. Подбор идей и предложений., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Выставление объявлений и ответа на них. Экстремальные связи с общественностью. Взаимодействие с судебными органами., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие.

		Лексический материал по темам: Потрясение PR глобального характера. Планирование работы с паблик рилейшнз. Связи с общественностью в кризисных ситуациях., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Рекламно-информационное письмо. Представители паблик рилейшнз. Необходимость в получении основных и второстепенных материалов. Генерирование и продажи идей. Привлечение повышенного внимания со стороны редактора и репортера., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Краткая информация о событиях. Печатный фирменный бланк. Рассылаемая информация, носящая рекомендательный характер., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Потребительская осведомленность. Необъективно представлять информацию. Устранение страхов и опасений при общении с прессой., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Активность консультантов по связям с общественностью. Распространение информации через пресс релиз. Возможности пресс-конференций., Аудирование: понимание основного содержания текста и запрашиваемой информации, как средство делового общения Чтение: чтение и общее понимание профессиональных текстов. Говорение: монолог-описание, диалог расспрос. Письмо: электронные письма делового характера. Этикетно-речевые нормы: знакомство, приветствие. Лексический материал по темам: Редакционная статья. Редакционная коллегия. Полоса в газете, смежная с редакционной. **Форма контроля** Зачет, Зачет, Зачет, Зачет, Зачет, Экзамен (устно)
Б1.О.08	Культура речи и деловое общение	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование универсальной компетенции для совершенствования способности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, способности логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь посредством формирования устойчивой языковой и речевой компетенции в разных областях и ситуациях использования литературного языка; культуры

		межличностного взаимодействия в сфере деловых отношений. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-4 способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах), ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов **Содержание** 1. Основные единицы языка. Понятие литературного языка 2. Понятие культуры речи, основные типы 3. Основные аспекты культуры речи 4. Речевая компетенция 5. Коммуникативный аспект культуры речи , 1. Понятие нормы в языке 2. Орфоэпические нормы русского языка 3. Основные лексические ошибки 4. Морфологические нормы современного русского литературного языка 5. Синтаксические нормы современного русского литературного языка , 1. Основные категории стилистики 2. Система функциональных стилей 3. Понятие подстиля и жанра , 1. Стилевые и жанровые особенности научного стиля 2. Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности 3. Изобразительно–выразительные средства языка 4. Культура речи специалиста по рекламе , 1. Сфера функционирования официально–делового стиля 2. Языковые формулы деловых документов 3. Структура делового письма , 1. Жанровая дифференциация публицистического стиля 2. Виды красноречия 3. Особенности устной публичной речи , 1. Понятие и структура процесса общения 2. Основные функции общения 3. Виды общения , 1. Структура и особенности проведения деловой беседы 2. Особенности телефонного делового разговора 3. Типология делового совещания , 1. Понятие и структура процесса переговоров 2. Виды переговоров 3. Особенности проведения переговоров , 1. Классификация невербальных средств общения

		2. Межнациональные различия невербального общения **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.09	История	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у студентов способности анализировать основные этапы и закономерности исторического развития России, ее место и роль в современном мире в целях формирования гражданской позиции и развития патриотизма **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-5 способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах **Содержание** , , , , , , Глобализация мирового экономического, политического и культурного пространства. Конец однополярного мира. Повышение роли КНР в мировой экономике и политике. Расширение ЕС на восток. «Зона евро». Роль Российской Федерации в современном мировом сообществе. Региональные и глобальные интересы России.Россия в начале XXI века. Современные проблемы человечества и роль России в их решении. Модернизация общественно-политических отношений. Социально-экономическое положение РФ в период 2001-2010 года. Мировой финансовый и экономический кризис и Россия. Внешняя политика РФ. , XVI-XVII вв. в мировой истории. Великие географические открытия и начало Нового времени в Западной Европе. Эпоха Возрождения. Реформация и её экономические, политические, социокультурные причины. «Новое время» в Европе как особая фаза всемирно-исторического процесса. Стабильная абсолютная монархия в рамках национального государства – основной тип социально-политической организации постсредневекового общества. Развитие капиталистических отношений. Дискуссия об определении абсолютизма. Абсолютизм и восточная деспотия. Речь Посполитая: этносоциальное и политическое развитие. Иван Грозный: поиск альтернативных путей социально-политического развития Руси. , «Смутное время»: ослабление государственных начал, попытки возрождения традиционных («домонгольских») норм отношений между властью и обществом. Феномен самозванчества. Усиление шляхетско-католической экспансии на Восток. Роль ополчения в освобождении Москвы и изгнании чужеземцев. К.Минин и Д.Пожарский. Земский собор 1613 г. Воцарение династии Романовых. Соборное уложение 1649 г.: юридическое закрепление крепостного права и сословных функций. Боярская Дума. Земские соборы. Церковь и государство. Церковный раскол; его социально-политическая сущность и последствия. Особенности сословно-представительной монархии в России. Дискуссии о генезисе самодержавия. Развитие русской культуры. , Капиталистические войны конца XIX – начала XX вв. за рынки сбыта и источники сырья. Завершение раздела мира и борьба за колонии. Политика США. Особенности становления капитализма в колониально зависимых странах. «Пробуждение Азии» - первая волна буржуазных антиколониальных революций. Национально-освободительные движения в Китае. Гоминьдан. Российская экономика конца XIX – начала XX вв.: подъемы и кризисы, их причины. Сравнительный анализ развития промышленности и сельского хозяйства: Европа, США, страны Южной Америки. Монополизация промышленности и формирование финансового капитала. Банкирские дома в экономической жизни пореформенной России. Доля иностранного капитала в российской добывающей и обрабатывающей промышленности. Форсирование российской индустриализации «сверху». Усиление государственного регулирования экономики. Реформы

		С.Ю.Витте. Русская деревня в начале века. Обострение споров вокруг решения аграрного вопроса. Первая российская революция. Столыпинская аграрная реформа: экономическая, социальная и политическая сущность, итоги, последствия. Политические партии в России начала века: генезис, классификация, программы, тактика. Опыт думского «парламентаризма» в России. I мировая война: предпосылки, ход, итоги. Основные военно-политические блоки. Театры военных действий. Влияние первой мировой войны на европейское развитие. Новая карта Европы и мира. Версальская система международных отношений. Новая фаза европейского капитализма. Участие России в Первой мировой войне. Истоки общенационального кризиса. Диспропорции в структуре собственности и производства в промышленности. Кризис власти в годы войны и его истоки. Влияние войны на приближение общенационального кризиса. , Февральская революция 1917 года и свержение самодержавия. Двоевластие. Альтернативы развития России после Февральской революции. Временное правительство и Петроградский Совет. Социально-экономическая политика новой власти. Кризисы власти. Большевистская стратегия: причины победы. Октябрь 1917 г. Экономическая программа большевиков. Начало формирования однопартийной политической системы. Гражданская война и интервенция. Первая волна русской эмиграции: центры, идеология, политическая деятельность, лидеры. Современная отечественная и зарубежная историография о причинах, содержании и последствиях общенационального кризиса в России и революции в России в 1917 году. Особенности международных отношений в межвоенный период. Лига Наций. Политические, социальные, экономические истоки и предпосылки формирования нового строя в Советской России. Структура режима власти. Адаптация Советской России на мировой арене. СССР и великие державы. Коминтерн как орган всемирного революционного движения. Антикоминтерновский пакт и секретное соглашение. , Утверждение однопартийной политической системы. Политический кризис начала 20-х гг. Переход от военного коммунизма к нэпу. Борьба в руководстве РКП(б) – ВКП(б) по вопросам развития страны. Возвышение И.В.Сталина. Курс на строительство социализма в одной стране. Капиталистическая мировая экономика в межвоенный период. Мировой экономический кризис 1929 г. и «великая депрессия». Альтернативные пути выхода из кризиса. Общее и особенное в экономической истории развитых стран в 1920-е гг. Государственно-монополистический капитализм. Кейнсианство. Идеологическое обновление капитализма под влиянием социалистической угрозы: консерватизм, либерализм, социал-демократия, фашизм и национал-социализм. Приход фашизма к власти в Германии. «Новый курс» Ф. Рузвельта. «Народные фронты» в Европе. Дискуссии о тоталитаризме в современной историографии. Экономические основы советского политического режима. Разнотипность цивилизационных укладов, унаследованных от прошлого. Этнические и социокультурные изменения. Особенности советской национальной политики и модели национально-государственного устройства. Форсированная индустриализация: предпосылки, источники накопления, метод, темпы. Политика сплошной коллективизации сельского хозяйства, ее экономические и социальные последствия. Советская внешняя политика. Современные споры о международном кризисе – 1939–1941 гг. Предпосылки и ход Второй мировой войны. Создание антигитлеровской коалиции. Выработка союзниками глобальных стратегических решений по послевоенному переустройству мира (Тегеранская, Ялтинская, Потсдамская конференции). СССР во Второй мировой и Великой Отечественной войнах. Решающий вклад Советского Союза в разгром фашизма. Причины и цена победы. Консолидация советского общества в годы войны. Превращение США в сверхдержаву. Новые международные организации. Осложнение международной обстановки; распад антигитлеровской коалиции. Начало холодной войны. Создание НАТО. План Маршалла и окончательное разделение Европы. Создание Совета экономической взаимопомощи (СЭВ). Создание социалистического лагеря и ОВД. Победа революции в Китае

		и создание КНР. Корейская война 1950–1953 гг. Трудности послевоенного переустройства; восстановление народного хозяйства и ликвидация атомной монополии США. Ужесточение политического режима и идеологического контроля. Создание социалистического лагеря. Военно-промышленный комплекс. Первое послесталинское десятилетие. Реформаторские поиски в советском руководстве. Попытки обновления социалистической системы. «Оттепель» в духовной сфере. Изменения в теории и практике советской внешней политики. Значение XX и XXII съездов КПСС. Власть и общество в первые послевоенные годы. Крах колониальной системы. Формирование движения неприсоединения. Арабские революции, «свободная Африка» и соперничество сверхдержав. Революция на Кубе. Усиление конфронтации двух мировых систем. Карибский кризис (1962 г.). Война во Вьетнаме. Арабо-израильский конфликт. Социалистическое движение в странах Запада и Востока. События 1968 г. Научно-техническая революция и ее влияние на ход мирового общественного развития. Гонка вооружений (1945-1991); распространение оружия массового поражения (типы, системы доставки) и его роль в международных отношениях. Ядерный клуб. МАГАТЭ. Становление систем контроля за нераспространением. Развитие мировой экономики в 1945-1991 г. Создание и развитие международных финансовых структур (Всемирный банк, МВФ, МБРР). Трансформация неоколониализма и экономическая глобализация. Интеграционные процессы в послевоенной Европе. Римский договор и создание ЕЭС. Капиталистическая мировая экономика и социалистические модели (СССР, КНР, Югославия). Доминирующая роль США в мировой экономике. Экономические циклы и кризисы. Диссидентское движение в СССР: предпосылки, сущность, классификация, основные этапы развития. Стагнация в экономике и предкризисные явления в конце 70-х – начале 80-х гг. в стране. Вторжение СССР в Афганистан и его внутри- и внешнеполитические последствия. Власть и общество в первой половине 80-х гг. Причины и первые попытки всестороннего реформирования советской системы в 1985 г. Цели и основные этапы «перестройки» в экономическом и политическом развитии СССР. «Новое политическое мышление» и изменение геополитического положения СССР. Внешняя политика СССР в 1985-1991 гг. Конец холодной войны. Вывод советских войск из Афганистана. Распад СЭВ и кризис мировой социалистической системы. Экономические реформы Дэн Сяопина в Китае. ГКЧП и крах социалистического реформаторства в СССР. Распад КПСС и СССР. Образование СНГ. Развитие стран Востока во второй половине XX века. Япония после Второй мировой войны. «Азиатские тигры». Создание государства Израиль и проблема урегулирования конфликтов на Ближнем Востоке. Продолжение европейской интеграции: Маастрихтский договор. Россия в 90-е годы. Изменения экономического и политического строя в России. Либеральная концепция российских реформ: переход к рынку, формирование гражданского общества и правового государства. «Шоковая терапия» экономических реформ в начале 90-х годов. Резкая поляризация общества в России. Ухудшение экономического положения значительной части населения. Конституционный кризис в России 1993 г. и демонтаж системы власти Советов. Конституция РФ 1993 г. Военно-политический кризис в Чечне. Наука, культура, образование в рыночных условиях. Социальная цена и первые результаты реформ. Внешняя политика Российской Федерации в 1991–1999 г. Политические партии и общественные движения России на современном этапе. Россия и СНГ. Россия в системе мировой экономики и международных связей. , XVIII в. в европейской и мировой истории. Проблема перехода в «царство разума». Россия и Европа: новые взаимосвязи и различия. Петр I: борьба за преобразование традиционного общества в России. Основные направления «европеизации» страны. Эволюция социальной структуры общества. Скачок в развитии тяжелой и легкой промышленности. Создание Балтийского флота и регулярной армии. Церковная реформа. Провозглашение России империей. Упрочение международного авторитета страны. Освещение петровских реформ в современной отечественной историографии. , Эпоха дворцовых переворотов и ее участники. Анна Иоанновна и Бирон на российском престоле. Правление Елизаветы Петровны – возращение к традициям Петра I. Екатерина II: истоки и сущность дуализма внутренней политики. «Просвещенный абсолютизм». Новый юридический статус дворянства. Разделы Польши. Присоединение Крыма и ряда других

		территорий на юге. Россия и Европа в XVIII веке. Изменения в международном положении империи. Русская культура XVIII в.: от петровских инициатив к «веку просвещения». Новейшие исследования истории Российского государства в XVII–XVIII вв. Развитие системы международных отношений. Формирование колониальной системы и мирового капиталистического хозяйства. Роль международной торговли. Источники первоначального накопления капитала. Роль городов и цеховых структур. Развитие мануфактурного производства. Промышленный переворот в Европе и России: общее и особенное. Пути трансформации западноевропейского абсолютизма в XVIII в. Европейское Просвещение и рационализм. Влияние идей Просвещения на мировое развитие. , Европейские революции XVIII-XIX вв. Французская революция и её влияние на политическое и социокультурное развитие стран Европы. Наполеоновские войны и Священный союз как система общеевропейского порядка. Формирование европейских наций. Воссоединение Италии и Германии. Война за независимость североамериканских колоний. Декларация независимости и Декларация прав человека и гражданина. Гражданская война в США. Европейский колониализм и общества Востока, Африки, Америки в XIX в. Промышленный переворот; ускорение процесса индустриализации в XIX в. и его политические, экономические, социальные и культурные последствия. Секуляризация сознания и развитие науки. Романтизм, либерализм, дарвинизм. Попытки реформирования политической системы России при Александре I; проекты М.М.Сперанского и Н.Н.Новосильцева. Значение победы России в войне против Наполеона и освободительного похода России в Европу для укрепления международных позиций России. Российское самодержавие и «Священный Союз». Изменение политического курса в начале 20-х гг. XIX в.: причины и последствия. Внутренняя политика Николая I. Россия и Кавказ. , Крестьянский вопрос: этапы решения. Первые подступы к отмене крепостного права в нач. XIX в. Реформы Александра II. Предпосылки и причины отмены крепостного права. Дискуссия об экономическом кризисе системы крепостничества в России. Отмена крепостного права и её итоги: экономический и социальный аспекты; дискуссия о социально-экономических, внутренне- и внешнеполитических факторах, этапах и альтернативах реформы. Политические преобразования 60–70-х гг. Присоединение Средней Азии. Развитие Европы во второй пол. XIX в. Франко-прусская война. Бисмарк и объединение германских земель. Русская культура в XIX в. Система просвещения. Наука и техника. Печать. Литература и искусство. Быт города и деревни. Общие достижения и противоречия.. , Пути политогенеза и этапы образования государства в свете современных научных данных. Разные типы общностей в догосударственный период. Проблемы этногенеза и роль миграций в становлении народов. Специфика цивилизаций (государство, общество, культура) Древнего Востока и античности. Территория России в системе Древнего мира. Древнейшие культуры Северной Евразии (неолит и бронзовый век). Страна ариев. Киммерийцы и скифы. Древние империи Центральной Азии. Скифские племена; греческие колонии в Северном Причерноморье; Великое Переселение народов в III – VI веках. Проблемы этногенеза и ранней истории славян в исторической науке. Падение Римской империи. Смена форм государственности. Варварские королевства. Государство франков. Меровинги и Каролинги. Этнокультурные и социально-политические процессы становления русской государственности. Традиционные формы социальной организации европейских народов в догосударственный период. Социально-экономические и политические изменения в недрах славянского общества на рубеже VIII–IX вв. Восточные славяне в древности VIII–XIII вв. Причины появления княжеской власти и ее функции. Новейшие археологические открытия в Новгороде и их влияние на представления о происхождении Древнерусского государства. Особенности социально-политического развития Древнерус-ского государства. Древнерусское государство в оценках современных историков. Проблема особенностей социального строя Древней Руси. Дискуссия о характере общественно-экономической формации в отечественной науке. Концепции «государственного феодализма» и «общинного строя». Феодализм Западной Европы и социально-экономический строй Древней Руси: сходства и различия. Властные традиции и институты в государствах Восточной, Центральной и Северной Европы в раннем

		средневековье; роль военного вождя. Проблема формирования элиты Древней Руси. Роль вече. Города в политической и социально-экономической структуре Древней Руси. Пути возникновения городов в Древней Руси. Эволюция древнерусской государственности в XI – XII вв. Социально-экономическая и политическая структура русских земель периода политической раздробленности. Формирование различных моделей развития древнерусского общества и государства. Соседи Древней Руси в IX – XII вв.: Византия, славянские страны, Западная Европа, Хазария, Волжская Булгария. Международные связи древнерусских земель. Культурные влияния Востока и Запада. Христианизация; духовная и материальная культура Древней Руси. , Средневековье как стадия исторического процесса в Западной Европе, на Востоке и в России: технологии, производственные отношения и способы эксплуатации, политические системы, идеология и социальная психология. Роль религии и духовенства в средневековых обществах Запада и Востока. Дискуссия о феодализме как явлении всемирной истории. Проблема централизации. Централизация и формирование национальной культуры. Образование монгольской державы. Социальная структура монголов. Причины и направления монгольской экспансии. Улус Джучи. Ордынское нашествие; иго и дискуссия о его роли в становлении Русского государства. Тюркские народы России в составе Золотой Орды. Экспансия Запада. Александр Невский. Русь, Орда и Литва. Литва как второй центр объединения русских земель. Объединение княжеств Северо-Восточной Руси вокруг Москвы. Отношения с княжествами и землями. Рост территории Московского княжества Присоединение Новгорода и Твери. Процесс централизации в законодательном оформлении. Судебник 1497 г. Формирование дворянства как опоры центральной власти. , Место истории в системе наук. Объект и предмет исторической науки. Роль теории в познании прошлого. Теория и методология исторической науки. Сущность, формы, функции исторического знания. История России – неотъемлемая часть всемирной истории: общее и особенное в историческом развитии. Основные направления современной исторической науки. , Становление и развитие историографии как научной дисциплины. Источники по отечественной истории (письменные, вещественные, аудио-визуальные, научно-технические, изобразительные). Способы и формы получения, анализа и сохранения исторической информации. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.10	Менеджмент	**Цели освоения дисциплины (модуля)** освоение общекультурной и профессиональной компетенции, посредством формирования знаний, умений и навыков, необходимых для управления в организации **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-6 способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни **Содержание** 1. Понятие менеджмента и системы управления. 2. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности. 3. Принципы менеджмента.

		4. Содержание управленческой деятельности менеджера. Организационно-управленческой работы с малыми коллективами , 1. Научные подходы в управлении 2. Школа научного управления 3. Классическая (административная) школа в управлении 4. Школа человеческих отношений. Школа поведенческих наук. , 1. Национальная модель американского менеджмента. 2. Стратегия японского менеджмента. 3. Особенности российского менеджмента , 1. Организация как объект менеджмента. 2. Внутренняя среда организации и ее элементы 3. Факторы внешней среды прямого и косвенного воздействия. , 1. Природа и состав функций менеджмента. Процессы управления: целеполагание и оценка ситуации. 2. Понятие цели управления и ее значение в процессе управления. Целеполагание в управлении. 3. Классификация целей. , 1. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования 2. Стратегическое (перспективное) планирование 3. Тактическое (текущее) планирование , 1. Организация как функция управления и ее элементы. 2. Полномочия и ответственность в системе управления организациями. 3. Принципы построения организационной структуры управления , 1. Мотивация и критерии мотивации труда. 2. Индивидуальная и групповая мотивация. 3. Содержательные теории мотивации. 4. Процессуальные теории мотивации , 1. Необходимость контроля на предприятии, его виды. 2. Процесс управленческого контроля. 3. Характеристики эффективного контроля. Контроллинг. , 1. Сущность методов управления 2. Формы методов управления 3. Классификация и характер воздействия методов управления 4. Система методов управления , 1. Сущность и виды коммуникаций в управлении 2. Модель коммуникационного процесса 3. Коммуникационные сети, их характеристика 4. Неформальные коммуникации. 5. Использование мировых информационных ресурсов в менеджменте , 1. Сущность, типы и требования, предъявляемые к управленческим решениям. 2. Методы принятия эффективного решения. 3. Матрицы принятия решений. 4. Уровни принятия решений. 5. Этапы принятия решений. , 1. Понятие руководства и власти. 2. Формы построения взаимоотношений с сотрудниками. 3. Управление человеком и управление группой.

		4. Планирование и организация личной работы менеджера. 5. Техника личной работы руководителя. Самоорганизация и саморазвитие. , 1. Виды конфликтов. 2. Методы управления конфликтами. 3. Сущность и классификация конфликтов. 4. Причины возникновения конфликтов. 5. Методы снятия стресса. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.11	Физическая культура и спорт	**Цели освоения дисциплины (модуля)** **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** **Содержание** **Форма контроля**
Б1.О.12	Физическая культура и спорт	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование физической культуры личности и способности направленного ис-пользования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть.Физическая культура и спорт. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-7 способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности **Содержание** Исходное положение и перемещения игрока. Ведение мяча. Передача мяча в движении. Остановка прыжком и в два шага. Повороты. Ловля и передачи мяча. Бросок мяча в корзину. Тактика игры в нападении и защите. Средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, Исходное положение и перемещения игрока. Подача мяча без вращения. Подача мяча с вращением. Удар мяча без вращения. Удар мяча с вращением. Средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, Исходное положение и перемещения игрока. Короткие и длинные передачи мяча. Остановка и передача мяча. Штрафные

		удары. Удары по воротам. Тактика игры в нападении и защите.Средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, Исходное положение и перемещения игрока. Верхняя и нижняя передача. Передача мяча в прыжке. Передача мяча за голову. Подача мяча. Планирующая подача мяча. Силовая подача мяча. Прием мяча снизу. Приём мяча сверху. Нападающий удар. Блокирование. Средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, Терминология гимнастических упражнений. Строевые упражнения. Перестроения на месте и в движении. Общеразвивающие упражнения. Упражнения в равновесии, в висах и упорах. Упражнения для формирования правильной осанки. Средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, Специальные беговые упражнения. Кроссовая подготовка. Бег на короткие дистанции. Бег на средние дистанции. Бег на длинные дистанции. Бег по дистанции. Финиширование. Низкий старт. Стартовый разбег. Высокий старт и стартовое ускорение. Прыжок в длину с места. Переменный бег. Повторный бег. Эстафетный бег. Средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни, Определение понятия «культура». Понятие «культура физическая» и её связь с общей культурой. Виды физической культуры. Основные понятия теории физической культуры. Средства физической культуры. Влияние физических упражнений на организм человека. Факторы, определяющие воздействие физических упражнений. Классификация физических упражнений. Естественные силы природы и гигиенические факторы. Этапы развития теории физической культуры. Функции и принципы физической культуры как социального явления.Общая характеристика валеологии как научной и учебной дисциплины. Здоровье: сущность понятия и его компоненты. Образ жизни и здоровье. Двигательная активность и здоровье. Понятие о медико-биологических методах восстановления., Понятие о физических качествах. Общая характеристика силы. Разновидности силы. Режимы работы мышц. Факторы, обуславливающие проявление силы. Возрастная динамика естественного развития силы. Средства развития силы. Общая характеристика быстроты. Разновидности быстроты. Факторы, обуславливающие проявление быстроты. Возрастная динамика естественного развития быстроты. Средства развития быстроты. Общая характеристика выносливости. Понятие об утомлении, разновидности выносливости. Факторы, обуславливающие выносливость человека. Возрастная динамика естественного развития выносливости. Средства развития выносливости. Общая характеристика координации. Разновидности координации. Факторы, обуславливающие проявление координации. Возрастная динамика естественного развития координации. Средства развития координации. Общая характеристика гибкости. Разновидности гибкости. Факторы, обуславливающие проявление гибкости. Возрастная динамика естественного развития гибкости. Средства развития гибкости. **Форма контроля** Зачет
Б1.О.ДВ.2.00	**Элективные дисциплины по физической культуре и спорту**	
Б1.О.ДВ.2.01	Элективная дисциплина по физической культуре и спорту – Настольный теннис	**Цели освоения дисциплины (модуля)** обеспечение общей физической подготовленности, развитие профессионально значимых физических качеств, двигательных умений и навыков, формирование адаптационных возможностей организма к неблагоприятным факторам окружающей среды и трудовой деятельности. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть.Физическая культура и спорт.Элективные дисциплины по физической культуре и спорту.

		Требования к результатам освоения дисциплины (модуля) УК-7 способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности **Содержание** Техника безопасности; инструктаж; обзор развития настольного тенниса; гигиена и врачебный контроль; оздоровительные системы физического воспитания; профилактика профессиональных заболеваний и вредных привычек , Изучение элементов стола и ракетки; изучение плоскостей вращения мяча; изучение хваток; система самоконтроля и техника безопасности при занятиях физкультурно-спортивной деятельностью; правила личной гигиены; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности, Изучение выпадов; передвижение игрока приставными шагами; технические средства и инвентарь для повышения эффективности физкультурно-спортивных занятий; комплексы физических упражнений оздоровительной направленности; регулировка объема и интенсивности физической нагрузки, Совершенствование выпадов; хваток; передвижения; простейшие приемы самомассажа и релаксации; сотрудничество в коллективных формах занятий; правильно организованный режим труда и отдыха, способствующий здоровому образу жизни, Обучение подачи; обучение техники подачи прямым ударом; совершенствование плоскостей вращения мяча; игра-подача; система практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и повышение уровня здоровья; техника двигательных действий выбранного (или программного) вида физкультурно-спортивной деятельности; оценка итоговых результатов, Обучение подачи «Маятник»; учебная игра с элементами подач; методика самостоятельных занятий физической культурой и спортом; методы самоконтроля за состоянием собственного соматического здоровья **Форма контроля** Зачет, Зачет, Зачет
Б1.О.ДВ.2.02	Элективная дисциплина по физической культуре и спорту – Классическая аэробика	**Цели освоения дисциплины (модуля)** обеспечение общей физической подготовленности, развитие профессионально значимых физических качеств, двигательных умений и навыков, формирование адаптационных возможностей организма к неблагоприятным факторам окружающей среды и трудовой деятельности. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть.Физическая культура и спорт.Элективные дисциплины по физической культуре и спорту. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-7 способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности **Содержание** базовые шаги классической аэробики; силовые упражнения; упражнения в растягивании; система самоконтроля и техника безопасности при занятиях физкультурно-спортивной деятельностью; правила личной гигиены; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности, базовые шаги классической аэробики; силовые упражнения; упражнения в растягивании; технические средства и инвентарь для повышения эффективности физкультурно-спортивных занятий; комплексы физических упражнений оздоровительной направленности; регулировка объема и интенсивности физической нагрузки, базовые шаги классической аэробики; силовые упражнения; упражнения в растягивании; простейшие приемы самомассажа и релаксации; сотрудничество в коллективных формах занятий; правильно организованный режим труда и отдыха, способствующий здоровому образу жизни, базовые шаги классической аэробики;

		силовые упражнения; упражнения в растягивании; система практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и повышение уровня здоровья; техника двигательных действий выбранного (или программного) вида физкультурно-спортивной деятельности; оценка итоговых результатов, базовые шаги классической аэробики; силовые упражнения; упражнения в растягивании; методика самостоятельных занятий физической культурой и спортом; методы самоконтроля за состоянием собственного соматического здоровья , базовые шаги классической аэробики; силовые упражнения; упражнения в растягивании; оздоровительные системы физического воспитания; профилактика профессиональных заболеваний и вредных привычек **Форма контроля** Зачет, Зачет, Зачет
Б1.О.ДВ.2.03	Элективная дисциплина по физической культуре и спорту – Волейбол	**Цели освоения дисциплины (модуля)** обеспечение общей физической подготовленности, развитие профессионально значимых физических качеств, двигательных умений и навыков, формирование адаптационных возможностей организма к неблагоприятным факторам окружающей среды и трудовой деятельности. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть.Физическая культура и спорт.Элективные дисциплины по физической культуре и спорту. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-7 способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности **Содержание** Требования техники безопасности на занятиях по волейболу. Игровая стойка и перемещения игрока; верхняя и нижняя передача; передача мяча за голову; передача мяча в прыжке; подача мяча; прием мяча снизу; учебная игра; оздоровительные системы физического воспитания; профилактика профессиональных заболеваний и вредных привычек., Требования техники безопасности на занятиях по волейболу. Игровая стойка и перемещения игрока; верхняя и нижняя передача; передача мяча за голову; передача мяча в прыжке; подача мяча; прием мяча снизу; учебная игра. Система самоконтроля и техника безопасности при занятиях физкультурно-спортивной деятельностью; правила личной гигиены; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности., Требования техники безопасности на занятиях по волейболу. Игровая стойка и перемещения игрока; верхняя и нижняя передача; передача мяча за голову; передача мяча в прыжке; подача мяча; прием мяча снизу; нападающий удар; блокирование; индивидуальные тактические действия в защите и нападении, учебная игра. Технические средства и инвентарь для повышения эффективности физкультурно-спортивных занятий; комплексы физических упражнений оздоровительной направленности; регулировка объема и интенсивности физической нагрузки., Требования техники безопасности на занятиях по волейболу. Игровая стойка и перемещения игрока; верхняя и нижняя передача; передача мяча за голову; передача мяча в прыжке; подача мяча; прием мяча снизу; нападающий удар; блокирование; индивидуальные тактические действия в защите и нападении, учебная игра. Простейшие приемы самомассажа и релаксации; сотрудничество в коллективных формах занятий; правильно организованный режим труда и отдыха, способствующий здоровому образу жизни., Требования техники безопасности на занятиях по волейболу. Тактические действия в защите и нападении. Учебная игра. Система практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и повышение уровня здоровья; техника двигательных действий выбранного (или программного) вида физкультурно-спортивной деятельности; оценка итоговых результатов., Требования техники безопасности на занятиях по волейболу. Тактические действия в защите и нападении. Учебная игра. Методика самостоятельных занятий физической культурой и спортом; методы самоконтроля за состоянием собственного соматического здоровья.

		Форма контроля Зачет, Зачет, Зачет
Б1.О.ДВ.2.04	Элективная дисциплина по физической культуре и спорту – Мини-футбол	**Цели освоения дисциплины (модуля)** обеспечение общей физической подготовленности, развитие профессионально значимых физических качеств, двигательных умений и навыков, формирование адаптационных возможностей организма к неблагоприятным факторам окружающей среды и трудовой деятельности. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть.Физическая культура и спорт.Элективные дисциплины по физической культуре и спорту. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-7 способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности **Содержание** Перемещение игрока, удары по мячу; оздоровительные системы физического воспитания; профилактика профессиональных заболеваний и вредных привычек , Удары по мячу головой, удары по мячу ногами; система самоконтроля и техника безопасности при занятиях физкультурно-спортивной деятельностью; правила личной гигиены; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности, Атакующие действия с мячом; технические средства и инвентарь для повышения эффективности физкультурно-спортивных занятий; комплексы физических упражнений оздоровительной направленности; регулировка объема и интенсивности физической нагрузки, Групповые действия в атаке; простейшие приемы самомассажа и релаксации; сотрудничество в коллективных формах занятий; правильно организованный режим труда и отдыха, способствующий здоровому образу жизни, Тактика игры в атаке; учебная игра; система практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и повышение уровня здоровья; техника двигательных действий выбранного (или программного) вида физкультурно-спортивной деятельности; оценка итоговых результатов, Индивидуальные действия в обороне, групповые действия в обороне; методика самостоятельных занятий физической культурой и спортом; методы самоконтроля за состоянием собственного соматического здоровья **Форма контроля** Зачет, Зачет, Зачет
Б1.О.13	Безопасность жизнедеятельности	**Цели освоения дисциплины (модуля)** «Безопасность жизнедеятельности» являются формирование у обучающихся профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретённую совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-8 способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении

		чрезвычайных ситуаций **Содержание** Законодательные и нормативно-правовые основы безопасности жизнедеятельности. Системы законодательных и нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы экологической, промышленной, производственной безопасности и безопасности в чрезвычайных ситуациях, гражданской обороны. Характеристика основных законодательных и нормативно-правовых актов: назначение, объекты регулирования и основные положения. Экономические основы управления безопасностью. Современные рыночные методы экономического регулирования различных аспектов безопасности: позитивные и негативные методы стимулирования безопасности. Понятие экономического ущерба, его составляющие и методические подходы к оценке. Материальная ответственность за нарушение требований экологической, промышленной, производственной безопасности. Страхование рисков: экологическое страхование, страхование ответственности владельцев опасных производственных объектов, страхование профессиональных рисков, социальное страхование. Основные понятия, функции, задачи и принципы страхования рисков Органы государственного управления безопасностью , Основные понятия и определения, классификация чрезвычайных ситуаций и объектов экономики по потенциальной опасности. Фазы развития чрезвычайных ситуаций. Поражающие факторы источников чрезвычайных ситуаций техногенного характера. Классификация стихийных бедствий и природных катастроф. Чрезвычайные ситуации и поражающие факторы чрезвычайных ситуаций военного времени. Виды оружия массового поражения, их особенности и последствия его применения. Терроризм и террористические действия. Методы прогнозирования и оценки обстановки при чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Принципы и способы повышения устойчивости функционирования объектов в чрезвычайных ситуациях. Основы организации защиты населения и персонала в мирное и военное время, способы защиты, защитные сооружения, их классификация. Организация эвакуации населения и персонала из зон чрезвычайных ситуаций. Мероприятия медицинской помощи. Средства индивидуальной защиты и порядок их использования. Основы организации аварийно-спасательных работ. , Психические процессы, свойства и состояния, влияющие на безопасность. Психические процессы, психические свойства, психические состояния, влияющие на безопасность. Основные психологические причины ошибок и создание опасных ситуаций. Профессиограмма. Инженерная психология. Психодиагностика, профессиональная ориентация и отбор специалистов операторского профиля. Факторы, влияющие на надежность действий операторов. Виды и условия трудовой деятельности. Виды трудовой деятельности: физический и умственный труд, формы физического и умственного труда, творческий труд. Классификация условий труда по тяжести и напряженности трудового процесса. Классификация условий труда по факторам производственной среды. Эргономические основы безопасности. Эргономика как наука о правильной организации человеческой деятельности, соответствии труда физиологическим и психическим возможностям человека, обеспечение эффективности работы, не создающей угрозы для здоровья человека. Система «человек – машина – среда». Антропометрическая, сенсорная, энергетическая, биомеханическая и психофизиологическая совместимость человека и машины. Организация рабочего места. , Взаимосвязь условий жизнедеятельности со здоровьем и производительностью труда. Комфортные (оптимальные) условия жизнедеятельности. Климатическая, воздушная, световая, акустическая и психологическая среды, их влияние на самочувствие, состояние здоровья и работоспособность человека. Психофизиологические и эргономические условия организации и безопасности труда. Принципы, методы и средства организации комфортных условий жизнедеятельности., Основные принципы защиты от опасностей. Системы и методы защиты человека и окружающей среды от основных видов опасного и вредного воздействия природного, антропогенного и техногенного происхождения. Методы защиты от вредных веществ, физических полей, информационных потоков, опасностей биологического и психологического происхождения. Общая характеристика и классификация защитных средств. Методы контроля и мониторинга опасных и негативных факторов. Основные принципы и этапы контроля и прогнозирования. Методы определения зон действия негативных факторов и их уровней., Классификация негативных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Вредные и опасные негативные факторы. Системы восприятия и компенсации организмом человека вредных факторов среды обитания. Предельно-допустимые уровни

		опасных и вредных факторов – основные виды и принципы установления. Параметры, характеристики и источники основных вредных и опасных факторов среды обитания человека и основных компонентов техносферы. Воздействие основных негативных факторов на человека и их предельно-допустимые уровни., Понятие техносферы. Структура техносферы и ее основных компонентов. Генезис техносферы. Этапы формирования техносферы. Современное состояние техносферы и техносферной безопасности. Критерии и параметры безопасности техносферы. Виды, источники основных опасностей техносферы и ее отдельных компонентов., Характерная система «человек – среда обитания». Производственная, городская, бытовая, природная среда. Взаимодействие человека со средой обитания. Понятие «опасность», «безопасность». Виды опасностей: при-родные, антропогенные, техногенные, глобальные. Экологическая, промышленная, производственная безопасность, пожарная, радиационная, транспортная, экономическая, продовольственная и информационная без-опасности как компоненты национальной безопасности. Вред, ущерб, риск – виды и характеристики. Чрезвычайные ситуации – понятие, основные виды. Безопасность и устойчивое развитие. Безопасность как одна из основных потребностей человека. Значение безопасности в современном мире. Причины проявления опасности. Роль человеческого фактора в причинах реализации опасностей. Аксиомы безопасности жизнедеятельности. Концепция общества риска. Значение компетенций в области безопасности для обеспечения устойчивого развития социума. Безопасность и демография. Место и роль безопасности в предметной области и профессиональной деятельности. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.14	Информационные технологии в профессиональной деятельности	**Цели освоения дисциплины (модуля)** обеспечение профессионального образования, способствующего востребованности на рынке труда;подготовка специалиста к решению профессиональных задач с использованием средств и методов современных информационных технологий. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, ОПК-6 способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии **Содержание** Понятие информации, свойства информации, первичная и вторичная рекламная информация. Программное обеспечение поддержки рекламной деятельности. Этапы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. , Векторная и растровая графика. Стандарты графических файлов. Виды изображений. Цветовые модели. Графические возможности PhotoShop, Corel Draw. Трехмерная графика в рекламе. возможности пакета 3D Studio Max. , Локальные, корпоративные, территориальные, глобальные сети и интегрированные решения. Проводные и беспроводные сети. Информационная безопасность компьютерных сетей. Формирование электронных рассылок как этап решения стандартной задачи профессиональной деятельности., Использование в рекламной практике сервисов глобальной сети - BBS, Telnet, FTP, Usernet, WWW, e-mail. Web-сайт как объект и субъект рекламы. Виды сайтов. Типы рекламных площадок Интернет.

		Язык гипертекстовой разметки электронной публикации. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги. Баннеры и их стандарты. Rich-media баннеры. Сети баннерного обмена (banner exchange services). Ценовые модели использования баннеров в сети - CPC (Cost-Per-Click), CPM (Cost-Per-Millenium), CTR (Cost-Throw-Ratio), CPV (Cost-Per-Vision). , Методы исследования рекламной аудитории. Планирование и оценка эффективности рекламных кампаний. Средства автоматической генерации анкет. Компьютерные программы интеллектуального поиска данных (Data Mining). Программы фирмы КонСи. Программа Statistica, табличный процессор EXCEL для проведения корреляционного анализа данных профессиональной направленности. **Форма контроля** Зачет
Б1.О.15	Основы теории коммуникации	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формированиеиумений, освоение умений и навыков коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-2 способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, ОПК-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования **Содержание** Предмет теории коммуникации. Понятия «общение», «коммуникация», «коммуникативная ситуация», «коммуникативное событие», «коммуникативный акт», «речевая ситуация», «речевое событие», «речевой акт», «дискурс». Биологические, социальные, культурные, психологические факторы коммуникации. Основные составляющие социальной коммуникации. Гносеологический аспект: функции коммуникации; единицы коммуникации; категории коммуникации. Методологический аспект. Основы методологических направлений, изучающих теоретико-методологические основы коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм и др. , Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл). Новая коммуникативная стратегия. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации. Теория массового общества. Критическая теория. Теория гегемонии массовой коммуникации. Теория эгалитарной массовой коммуникации. Структурные направления в исследовании массовой коммуникации. Современный социокультурологический подход к пониманию массовой информации. Концепция свободного потока информации.

		Бирмингемская школа методологического коллективизма. Культурологическая теория коммуникации. Теория коммуникативной компетентности. Теория минимального познания. Основные составляющие коммуникации (участники, код, кодирование / декодирование, сообщение, средство коммуникации, канал, обратная связь). Модель коммуникации. Модель Лассуэла. Модель Шеннона и Уивера. Модель Хайдера и Ньюкомба. Модель Шрамма и Осгуда. Модель Маклюэна. Модель Фуко. Модель Эко. Модель Берта. , Эффективность коммуникации. Критерии эффективности коммуникации. Соотношение между целями и результатами коммуникации. Эффективность рекламной коммуникации. Эффективность PR-коммуникации. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации. Совместимость партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение. , Информация как основной элемент коммуникативных систем. Производство и потребление информации. Информационная сфера. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем. Информатика. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации. Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной культуры. Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации. Безопасность массовой информации. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть , Общая характеристика рекламной коммуникации. Структура и процесс рекламной коммуникации. Содержание рекламной коммуникации. Средства рекламной коммуникации. Общая характеристика PR-коммуникации. Структура и процесс PR-коммуникации. Содержание PR- коммуникации. Средства PR- коммуникации. Общая характеристика журналистской коммуникации. Структура и процесс журналистской коммуникации. Содержание журналистской коммуникации. Средства журналистской коммуникации Коммуникации в государственных и общественных структурах. Коммуникации в экономической, производственной и коммерческой сфере. Роль коммуникации в корпоративной деятельности. Коммуникации в различных отраслях социальной сферы: образовании, культуре, здравоохранении, физической культуре, рекреации, спорте. Офисная коммуникация. Особенности рекламной коммуникации. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Протестная коммуникация. Особенности осуществления уличных коммуникаций. Стихийные коммуникации и процессы обмена информацией , Понятие знака. Типологии знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Символьная коммуникация. Социальные символы (с позитивным знаком - рождение, свобода, истина, справедливость, добро, любовь; с негативным знаком - смерть, рабство, ложь, несправедливость, зло, ненависть). Содержание и средства речевой коммуникации. Вариативность языка (лингвистическое, информационно-содержательное, коммуникативное). Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Семиосоциологическая концепция коммуникации. Кодирование действительности в онтогенезе и филогенезе. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы. Индивидуальное и социальное в общении. Понятие знака, типология знаков. Символьная коммуникация, социальные символы. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.

		, Процесс коммуникации. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория. Обмен информацией, инициированный со стороны получателя. Передача информации по инициативе источника. Обмен информацией по заранее установленным правилам. Аргументация в коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса. Понятие социологической доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция. Ситуативные доминанты: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка. Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип. Функциональные доминанты: апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, ритуальная, перформативная, самопрезентационная. Коммуникативная личность: мотивационный, когнитивный, функциональный параметры. Коммуникативная компетентность. Специфика коммуникатора как типа адресанта. Понятие аудитории. Типы аудитории. Массовая аудитория. Объективные и субъективные характеристики аудитории. Коммуникативное воздействие на аудиторию. Взаимодействие коммуникатора с аудиторией. Аудитория как адресат коммуникации. Объективные и субъективные характеристики. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории): минимум общих (базовых) знаний; владение общими вербальными и невербальными коммуникативными единицами; владение общим кодом; совместная мотивация коммуникации. Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию. Отбор информации для аудитории с учетом ее актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории. Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) воздействие коммуникатора с аудиторией. Совместимость коммуникатора и аудитории. Опосредованная коммуникация с аудиторией. Опосредованное взаимодействие через «лидеров мнений». Воздействие через убеждение. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания. Социальный контроль посредством взаимодействия заинтересованных субъектов с аудиторией. Ознакомление аудитории с достижениями культуры и искусства. Предоставление аудитории деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской, экологической и другой информации. Реакция аудитории на коммуникативное послание. , Функции коммуникации. Межличностные, групповые, массовые коммуникации; публичная и непубличная коммуникация; внешние и внутренние коммуникации; Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. Внешние и внутренние коммуникации. Непосредственные (прямые). Опосредованные коммуникации. Активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации. Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Письменноречевая коммуникация. Устноречевая коммуникация. Проксемика. Окулесика. Такесика. Кинесика. Паралингвистика. Текст. Чтение. Речь. Слушание. Молчание. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Офисные коммуникации. Устные, письменные; экстра- и паралингвистические. Конфликтные и протестные коммуникации. Уличные коммуникации. Функции массовой коммуникации. Контроль за окружающей средой и предупреждение общества об опасностях. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные (персональные, устные и др.) письменные (персональные, групповые и др.) средства коммуникации. , Генезис массовых коммуникаций. Коммуникативные революции (изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс-медиа). Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций. Введение Т. Джеферсоном в оборот термина «public relations». Рационалистский подход (концепция технологического детерминизма). Иррационалистский подход (понимающая социология).

		Социологическое исследование коммуникативных функций языка. Социолингвистика. Концепция постиндустриального общества. Различные концепции изучения социальных коммуникаций (классическая позитивистская методология субъектно-объектных диспозиций; когнитивная модель субъектно-объектных отношений; постнеклассический подход). «Критический анализ дискурса». **Форма контроля** Зачет, Экзамен (устно)
Б1.О.16	Теория и практика массовой информации	**Цели освоения дисциплины (модуля)** является выработка у студентов знаний о теории и практике массовой информации, осуществления профессиональных функций в области рекламы в средствах массовой информации **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности **Содержание** Распространение информации посредством письменности. Начало эры Гуттенберга. Возникновение и развитие массовой прессы и журналистики. Становление книгопечатания и средств массовой информации на Руси. Глобализация информационных процессов. Появление и развитие информационного общества. , Первая русская печатная газета Петра I "Ведомости" (1702-1727) как канал распространения новостей и зарубежной информации. Санкт-Петербургские ведомости и М.В. Ломоносов как редактор иностранных известий "Ведомостей" (1748-1751) и инициатор создания журнала Первые частные журналы. Журнал «Всякая всячина» (1769-1770) и попытки Екатерины II управлять общественным мнением. Появление отраслевых журналов. Формирование цензурных учреждений при Павле I. Газеты конца XIX в.: ежедневные издания, еженедельники. Появление «толстых» журналов и рост провинциальной печати. , Определение массовой информации. Массовая информация в современном мире. Массовая информация и журналистика. Специфика сбора, хранения, обработки и использования массовой информации в журналистском творчестве. Понятие журналистики. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке. Консервативное, либеральное и социалистическое направление в российской журналистике. Типология газет по широте охвата аудитории и целевому назначению. СМИ как проводники официальной идеологии. Печать в годы первых пятилеток, Великой Отечественной войны и послевоенный период. Развитие радиовещания. Начало регулярного телевизионного вещания. Перестройка и гласность: многопартийность печати (1985). СМИ СНГ. Современные средства массовой информации в России. СМИ в условиях становления рыночной экономики. Становление современных российских СМИ. Массово – информационная природа и принципы журналистики. Функции СМИ. Журналистика в системе средств массовой информации: журналистская работа в газетах, журналах, на радио, телевидении. Организация работы информационно-аналитических центров, информационных служб, маркетинговых, рекламных, PR-служб. , Технические средства массовой коммуникации и их использование в журналистской практике. Технология выпуска газетно-журнальной продукции на различных типах полиграфического оборудования. Особенности применения электронных технических средств в производстве и анализе массовой информации. Методы анализа и обработки информации., Технологии производства и использования информационных массивов и изданий. Электронные версии газет, сайты в Интернете, электронные информационно-поисковые системы и др. Использование массивов статистических данных федерального,

		регионального и местного уровней. Информационные массивы и издания мониторингов mas-media, СМИ как средство правдивого отображения действительности. Запрет использования журналистами преимуществ, вытекающих из их профессионального и социального положения, в собственных интересах. Сохранение в тайне источника доверительной информации. Соблюдение авторских прав. Уважение прав на интеллектуальную собственность. Демократизм журналистики. Обеспечение условий для творческого проявления личности журналиста. Добросовестность журналиста: компетентность, постоянное обновление знаний, точное воспроизведение сведений, проверка фактов, исключение вымысла и подтасовки фактов, инсинуации. Ошибки журналиста. Социальная позиция журналиста. Профессиональные нормы журналистской деятельности. Этический кодекс российского журналиста, профессионально-этический кодекс журналистов Белгородчины. Закон РФ «О средствах массовой информации». Социальная ответственность средств массовой информации, журналистов и свобода слова. , Особенности использования жанровых разновидностей журналистских произведений. Специфика использования разновидностей информационного жанра (заметки, интервью, отчета, репортажа). Исследование, анализ фактов, установление причинно-следственных связей в аналитическом жанре (корреспонденция, статья, комментарий, рецензия, обзор, обозрение, журналистское расследование). Художественные методы познания и отображения действительности, приемы художественной типизации в зарисовке, очерке, фельетоне, памфлете. Планирование журналистской деятельности. Проблемы журналистского мастерства. Журналистское творчество. Профессиональное общение журналиста. Специфика профессиональной деятельности журналиста. Журналистика и общество: современный аспект взаимодействия. , Поиск и разработка темы журналистского выступления в газете, журнале. Особенности разработки темы для передач радио и телевидения. Работа над планом. Сюжет и композиция в журналистике., , , Заголовок газетного материала и его роль. Работа над заголовком. Заголовок и аудитория газеты. Заголовки в журналах. Заголовки и анонсы передач радио. Заголовки и титры на телевидении. Виды заголовков: обыкновенный, с рубрикой, с подзаголовком, с афишкой, с иллюстрацией; рисованный заголовок, заголовок из репродуцированных букв, заголовок, нарисованный на фотографии. , Место факта в журналистском творчестве. Виды и способы комментирования. Проявление авторской позиции в изложении факта. Содержание и форма в журналистике. Сбор, обобщение, анализ и литературная обработка фактического материала. , Информационный, аналитический и художественно-публицистический виды жанров журналистики. Информационное сообщение и заметка. Событийная информация на страницах ежедневной газеты, еженедельника, журнала, в электронных средствах массовой информации. Сенсация и сенсационность. Понятие новости. Верстка разделов новостей в ежедневной газете. Понятие оперативности. Оперативная информация. Особенности, назначение и место заметки на страницах периодической печати. Процесс подготовки заметки. Использование информационного, аналитического и художественно-публицистического жанров в статье. Специфика жанра. Виды статьи. Публицистический комментарий и заметки публициста. Статьи в журналах, в международных разделах ежедневных общеполитических газет Аналитическая и художественно-публицистическая информация. Очерк как аналитическое и публицистическое сочинение, сочетающее в себе элементы художественности и научно-публицистического подхода. Источники информации. Службы информации. Отделы информации, структура, функции. , Корреспонденция как аналитический жанр, основывающийся на конкретном анализе фактов, изучении локальной ситуации. Основные черты корреспонденции - оперативность, аналитичность. Факты и примеры - стержень материала. Информационная корреспонденция. Аналитическая корреспонденция. Организационно-практическая направленность корреспонденции. , Жанровые особенности репортажа, его виды. Композиция и стиль репортажа. Мастера репортажа в отечественной и зарубежной журналистике. Методика работы над репортажем. Репортерская деятельность собкоров российской газеты, телевидения и радиовещания за рубежом., Особенности и назначение жанра интервью. Виды интервью и процесс его подготовки и подготовки к нему. Интервью в газете, журнале, на радио и телевидении.

		Использование технических средств в интервью. Литературная обработка материала формализованного интервью и свободной беседы. , Отчет как жанр публицистики. Особенности и виды отчета. Обработка собранной информации в ходе подготовки отчета. Методика работы над отчетом., Обзор как оценка деятельности СМИ за определенный период. Общий обзор. Обзор-презентация. Информационный обзор. Малые формы обзора. Обозрение. Разновидности обозрения. Использование источников для подготовки материалов обозрения. Работа над обозрением. Международное обозрение как источник международной информации. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.17	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	**Цели освоения дисциплины (модуля)** освоение теоретических знаний в области функционирования института интегрированных коммуникаций, приобретение умений и навыков использования этих знаний в профессиональной деятельности. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-2 способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах **Содержание** Предпосылки формирования, основные понятия и принципы концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные факторы формирования оптимальной структуры системы маркетинговых коммуникаций., Основные приемы и средства интегрированных маркетинговых коммуникаций в местах продажи. Основные носители интегрированных маркетинговых коммуникаций в торговом зале. Роль торгового персонала в формировании интегрированных маркетинговых коммуникаций в местах продажи., Понятие неформальных вербальных маркетинговых коммуникаций. Виды и их характеристика. , Основные типы ярмарок и выставок. Процесс организации выставки. Процесс участия фирмы в работе выставки. , Понятие и коммуникационные характеристики спонсорства. Основные задачи спонсорства. Спонсорство в области спорта, искусства, культуры, в социальной сфере. , Понятие и характеристика имиджа. Сущность имиджа организации и корпоративного имиджа. Характеристика корпоративного имиджа: черты, функции., Понятие и характеристики бренда. Понятие брендинга и его цели. Основные элементы фирменного стиля. Разработка и регистрация товарного знака. , Понятие, субъекты и типы сейлз промоушн. Приемы и средства сейлз промоушн. Порядок проведения сейлз промоушн кампании, Понятие и направления практической реализации паблик рилейшнз. Черты паблик рилейшнз. Средства и приемы паблик рилейшнз. Порядок проведения PR-кампании, Понятие и цели директ-маркетинга. Формы прямого маркетинга (личная продажа, каталог-маркетинг, телефон-маркетинг. телемаркетинг прямого отклика, интернет-маркетинг). Порядок проведения директ-маркетинговой кампании, Коммуникационные характеристики рекламы. Классификация рекламы как элемента системы маркетинговых коммуникаций. Этапы рекламной кампании., Основные понятия и определения эффективности ИМК. Методы определения эффективности ИМК. Комплексная модель оценки ИМК., Основные понятия маркетинговых коммуникаций, сущность ИМК. Этапы разработки комплекса маркетинговых коммуникаций. Модели ИМК. , Визуализация межличностной коммуникации. Визуализация социального пространства. Формирование визуальной картины мира. Использование визуального канала в связях с общественностью. , Интернет-коммуникации: преимущества и недостатки. Виртуальные компьютерные коммуникации. Виртуальное общение. Коммуникационные виртуальные технологии., Специфика коммуникаций в организациях. Офис в системе коммуникаций. Рентабельность и комфортность офиса как условие эффективной коммуникации.

		Невербальные коммуникации в офисе., Понятие межкультурной коммуникации. Исследование проблем межкультурной коммуникации в России и за рубежом., Понятие массовой коммуникации. Характеристики и структура массовой коммуникации. Медиапланирование., Понятие межличностной коммуникации. Признаки и типы межличностной коммуникации. Понятие о групповой и организационной коммуникации., Понятие коммуникации. Типы коммуникации: по масштабности, по способу установления контакта, по инициативности коммуникаторов, по степени организованности, от направления потока информации, от использованных знаковых систем. Формы коммуникации (диалог, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, телефонные переговоры, интернет). Модели коммуникации, используемые в рекламе и системе связей с общественностью. , Сущность «партизанского маркетинга». Принципы партизанского маркетинга. Характеристика инструментов партизанского маркетинга. Различия традиционного и партизанского маркетинга. Методики партизанского маркетинга. Характеристика эмбиент медиа. Сущностьэмбуш маркетинг. Характеристика вирусному маркетингу.Сущность продакт плейсмент. Характеристика лайф плейсменту.Характеристика флеш моб.Перспективы и использования и развития партизанского маркетинга. **Форма контроля** Зачет с оценкой, Экзамен (устно)
Б1.О.18	История рекламы	**Цели освоения дисциплины (модуля)** освоение знаний, формирование умений и навыков анализа основных этапов и закономерностей исторического рекламного развития общества, реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-5 способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов **Содержание** Основные положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук. Основные понятия, категории и инструменты в сфере рекламы Сущность протореклaмы. Характеристика условий, побуждающих к первобытной коммуникации. Символизация на начальных этапах культуры и культовая протореклaма. Формы демонстративного поведения. Престижная протореклaма. Знаки собственности и знаки авторства как вариант протореклaмы. , 1. Социальные факторы формирования рекламы культуры урбанизма. 2. Глашатаи – первые профессионалы рекламного дела. Жанровая дифференциация устной рекламы. 3. Варианты предметно-изобразительной рекламы. 4. Письменная реклама: граффиты, album, римская протогазета. 5. Реклама зрелищ: афиша. 6. Политическая реклама. 7. Способы регулирования рекламного процесса в античности. , 1. Общая характеристика периода. Новшества развитого Средневековья. 2. Фольклорные виды устной рекламы Средневековья. Рекламный ярмарочный фольклор.

		3. Изобразительная реклама развитого Средневековья. 4. Активизация религиозной рекламы. Предплакатные жанры рекламы: настенная живопись, средневековая гравюра, ксилография. 5. Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья. , 1. Истоки устного рекламирования. Реклама стационарных зазывал. 2. Виды ярмарочной рекламы: раешники, балаганы, раусы (балконные представления). 3. Изобразительные жанры российской рекламы. Лубочные традиции в российской рекламе. Живописные и рукописные вывески. Конклюзии и начало печатных афиш. 4. Политическая реклама в народных зрелищах XVIII века. 5. Реклама в российских газетах XVIII века. , 1. Основные предпосылки книгопечатания. Печатное тиражирование –жанр коммерческой и политической рекламы. 2. Новые рекламные жанры: печатный летучий листок, каталог, проспект и прайс-лист. 3. Конфессиональная печатная реклама. Рождение печатных афиш. 4. Начало журналистики в Европе. Деятельность информационных бюро. 5. Начало газетной рекламы в Европе. Соперничество рекламных изданий. , 1. Рекламные новации в английской культуре. 2. Специализация рекламы в английской прессе, ее углубляющаяся дифференциация по обслуживанию различных сегментов аудитории. 3. Плакатный бум. Развитие предметно-изобразительных форм рекламы. 4. Правовое регулирование рекламного процесса «извне» и поиск внутренней саморегуляции. , 1. Рекламные традиции во Франции в предреволюционный период. 2. Ведущие мастера французского рекламного плаката. 3. Особенности французской рекламы в XIX веке. , 1. Малые печатные формы рекламы – информационные листы. 2. Газетная реклама. 3. Развитие витрин в рекламном деле. 4. Выставка – один из рекламных жанров, характерный для нового времени. , 1. Рекламный процесс на первом этапе независимости. Индустриальная революция и политико-экономический подъем, существенные вехи в интенсификации рекламного процесса. 2. Развитие прессы, творческая изобретательность в организации популяризаторских акций, рекламное использование упаковки, новые способы подачи текстов со стороны агентов. 3. Использование в рекламном процессе национальных еженедельников и ежемесячников. 4. Государственное регулирование рекламной деятельности. , Эволюция лубочного творчества в XIX веке. Афиша и вывеска в XIX – начале XX веков. Фирменный знак, обретающий российское гражданство. Малые изобразительные формы рекламы. Плакатная реклама в России. Выдающиеся деятели рекламы в России в XIX – начале XX веков. Начало фоторекламы в России. Российские выставки как синтетический рекламный жанр. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.19	Основы медиапланирования	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование знаний, освоение умений и навыков осуществления профессиональных функций в области рекламы в средствах

		массовой информации **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, ОПК-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования **Содержание** Телевидение – доминирующий канал распространения рекламы. Спутниковое телевидение. Кабельное телевидение. Цифровое телевидение. Преимущества и недостатки телерекламы.Виды телерекламы. Способы размещения рекламы на телевидении. Объем рекламного рынка. Основные характеристики телевидения. Рейтинг товарных категорий, рекламируемых на ТВ . Основные рекламодатели ТВ., Радио как канал коммуникации. Виды радио. Преимущества и недостатки телерекламы. Способы размещения рекламы на радио. Основные характеристики радио., Реклама в прессе: газеты, журналы Преимущества и недостатки рекламы в прессе. Способы размещения рекламы в прессе. Основные характеристики рекламы в прессе, Наружная реклама: преимущества и недостатки. Виды наружной рекламы и их характеристика. Способы размещения наружной рекламы на радио. Основные характеристики наружной рекламы., Интернет как разновидность медиапространства.. российская аудитория сети интернет. Сетевые коммуникации интернет., Новые информационные технологии (НИТ) и современные СМИ. Внедрение новых информационных технологий. , Специфика размещения рекламы на телевидении. Специфика размещения рекламы на радио. Специфика размещения рекламы в прессе. Специфика размещения рекламы в наружной рекламе. Специфика размещения рекламы в кинотеатрах. Специфика размещения рекламы по телефонным сетям., Количественные критерии. Качественные критерии. Выбор средств рекламы в зависимости от целей коммуникации. Основные и вспомогательные средства рекламы. Особенности медиаавоздействия., Информация – сущность, виды. Способы сбора. Исследование новейших информационных каналов. Исторические этапы развития информации. Четвертая информационная волна. Измерение аудитории СМИ. Телефонный опрос. Личное интервью. , Сущность сегментирования. Географические признаки сегментирования. Психографические признаки сегментирования. Демографические признаки сегментирования. Поведенческие признаки сегментирования.Дневниковые записи. ТВ-метрия. Групповые дискуссии. Методики сбора информации: day after recall, синхронный опрос. Пипл-метр. Аудиометр. Портативный пипл-метр. Способы установки. Выборка. Процесс регистрации, Сущность понятияния "рекламная кампания" и "рекламное мероприятие" Факторы, определяющие процесс организации рекламной деятельности. Классификация рекламных кампаний. Основные проблемы, возникающие в процессе планировании рекламных кампаний. Мотивация потребителей. Система VALS. , Профессиональные функции медиаплеера. специфика деятельности медипланера в средствах массовой информации. Понятие медиаплан. Виды медиапланирования. Процесс тактического медиапланирования. Стратегическое медиапланирование. Бюджет рекламной кампании. Общие положения. Методы расчета рекламного бюджета. От остаточных средств, процент от товарооборота, Данахера-Руста, 5НУП , Рейтинг (Rating). Доля аудитории передачи (Share). Share . HUT. GRP . OTS . Reach или охват аудитории. Reach (n+). Reach (1+) . Frequency или Average Opportunity To See (средняя частота восприятия). GRP., C.P.T. (Cost-per-thousand или Цена за тысячу) - стоимость 1000 рекламных контактов. C.P.T. O.T.S. or C.P.T. G.R.P. -цена за тысячу рекламных контактов. • C.P.T. Reach - цена информирования тысячи различных людей.

		• C.R.P. (Cost-per-rating point) - стоимость одного пункта рейтинга. , Понятие медиаплан. Медиабриф. Формирование медиаплана. Виды медиапланов. Отчетность о проведении кампании. Оптимизация медиаплана. Медиаобсчет. Контроль выполнения медиаплана и оценка его эффективности **Форма контроля** Зачет, Экзамен (устно)
Б1.О.20	Предпринимательская деятельность	**Цели освоения дисциплины (модуля)** освоение теоретических знаний в области предпринимательской деятельности, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формировании необходимых компетенций. Задачи изучения дисциплины “Предпринимательская деятельность”: - изучение правовых основ предпринимательской деятельности; - приобретение навыков организации собственного дела. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-7 способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности **Содержание** Понятие «предпринимательская деятельность». Признаки предпринимательства. Черты предпринимателя. Субъекты и объекты предпринимательства., Классификация видов предпринимательской деятельности. Производственное, коммерческое, финансовое и консультационное предпринимательство., Формы предпринимательской деятельности: индивидуальное и коллективное предпринимательство. Виды коллективного предпринимательства: коммерческие и некоммерческие организации., Этапы создания предприятия. Порядок государственной регистрации, реорганизации и ликвидации предприятия, Понятие «малого предприятия». Черты малого предприятия, нормативное обеспечение малого предпринимательства в России и за рубежом., Понятие «франчайзинга», виды, модели, преимущества и недостатки франчайзинговой системы, содержание договора о франчайзинге., Сущность бизнес-плана, необходимость составления, структура, содержание разделов, контроль за исполнением. Способы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы и организации. , Виды и содержание договоров, использующихся в предпринимательской деятельности: аренды, поставки, купли-продажи, об оказании рекламных услуг., Понятие «конкуренции», виды, нормативное обеспечение. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.21	Стилистика и литературное редактирование	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у студентов общепрофессиональной компетенции для формирования базовых навыков литературного редактирования, подготовки к выпуску текстовых материалов для рекламной продукции посредством знакомства с вопросами стилистической дифференциации языковых средств, принципами грамотного составления и стилистической правки различных типов текстов,

		Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем **Содержание** Статус стилистики как функционального раздела языкознания. Предмет и объект стилистики. Понятие стилистической системы языка. Понятие стилистической окрашенности языковых единиц. Функционально-стилевая и экспрессивно-эмоциональная окрашенность., Слово в лексико-семантической системе русского языка. Лексические замены в процессе авторедактирования. Проблема лексической сочетаемости. Выбор слова. Употребление слова без учета семантики. Речевая избыточность и речевая недостаточность. Плеоназм и тавтология. Анахронизмы. Использование однозначности и многозначности, омонимии, синонимии, антонимии, паронимии как стилистических средств. Ошибки при употреблении многозначных слов и омонимов, синонимов, антонимов. Понятие парономазии. Ошибки, вызванные парономазией., Употребление форм существительных. Семантико-стилистические различия имен существительных, имеющих вариантные формы рода. Род несклоняемых существительных. Склонение имен и фамилий. Употребление форм прилагательных. Семантико-стилистическая характеристика полных и кратких форм, форм степеней сравнения имен прилагательных. Употребление числительных. Варианты сочетаний числительных с существительными. Собирательные и количественные числительные как синонимы. Числительные в составе сложных слов. Употребление местоимений. Стилистическое использование личных местоимений. Употребление возвратных и притяжательных местоимений. Употребление форм глагола. Особенности образования и функционирования некоторых личных форм глагола., Понятие синтаксической синонимии. Дублетные и параллельные конструкции. Стилистическое использование разных типов простого предложения. Варианты форм сказуемого. Синтаксическое и стилистическое значение порядка слов в предложении. Варианты согласования определения с определяемым существительным. Стилистические особенности предложений с однородными членами. Стилистическое использование различных типов сложного предложения., Понятие языковой выразительности. Понятие о тропе. Характеристика основных тропов: эпитета, сравнения, метафоры, метонимии, синекдохи, гиперболы, литоты, иронии, аллегории, олицетворения, перифразы. Стилистические ошибки, связанные с употреблением тропов. Понятие о стилистической фигуре. Характеристика основных фигур: анафоры, эпифоры, антитезы, инверсии, градации, эллипсиса, умолчания, риторического вопроса, риторического обращения. Стилистические ошибки, связанные с употреблением фигур. , Виды текста: повествование, описание, рассуждение. Их назначение, особенности языка. Взаимопроникновение текстов различных видов. Композиция текста. Средства связи предложений, Требования к тексту и необходимость редактирования. Виды редактирования. Этические аспекты работы редактора. Редакторский анализ текста, виды редакторского чтения (ознакомительное, углубленное, шлифовочное); виды правок (вычитка, обработка, сокращение, переделка); задачи и условия правки; основания для выбора правки; операции правки., Смысловая структура текста и ее редактирование: методика выделения в тексте основной мысли, основных элементов общего содержания (система установочных и развивающих тезисов, аналитическая оценка ситуации), второстепенные элементы общего содержания (система иллюстраций к установочным и развивающим тезисам, общий фон к цели сообщения); дефекты в смысловой структуре и их устранение. Редактирование композиции (сильные позиции текста, размещение содержательно–смысловых элементов текста). , Редактирование ФСТР: описание, его типы, дефекты в описании и их устранение; повествование, его типы, дефекты в повествовании и их устранение; рассуждение. Дефекты в построении вопросительной реплики и их устранение. Виды речевых погрешностей в тексте и их редактирование: языковая неправильность, плеоназм, нечеткость и неясность высказывания, Редактирование логической стороны текста: нарушение законов логики (закон тождества, закон противоречия, закон исключенного третьего, закон достаточного основания). Нарушение правил операции с понятиями (правила определения и

		классификации понятий); контактные и дистантные алогизмы в тексте; формально-логические и образные противоречия в тексте., Редактирование рекламы: редактирование композиции и содержания с учетом функций рекламного текста. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.22	Технологии научно-исследовательской работы	**Цели освоения дисциплины (модуля)** Цель изучения данной учебной дисциплины состоит в овладении знаниями о законах, принципах, понятиях, терминологии, содержании, специфических особенностях организации и управлении научными исследованиями, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формировании необходимых компетенций. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, ОПК-6 способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии **Содержание** Основные подходы к определению понятий «наука», «научное знание». Отличительные признаки науки. Наука как система. Процесс развития науки. Цель и задачи науки. Субъект и объект науки. Классификация наук. Характерные особенности современной науки., Определение научного исследования. Цели и задачи научных исследований, их классификация по различным основаниям. Основные требования, предъявляемые к научному исследованию. Формы и методы научного исследования. Теоретический уровень исследования и его основные элементы. Эмпирический уровень исследования и его особенности. Этапы научно-исследовательской работы. Правильная организация научно-исследовательской работы., Понятие методологии научного знания. Уровни методологии. Метод, способ и методика. Общенаучная и философская методология: сущность, общие принципы. Классификация всеобщих и общенаучных методов познания. Общелогические, теоретические и эмпирические методы исследования. Специальные методы исследования., Формулирование темы научного исследования. Критерии, предъявляемые к теме научного исследования. Методологические требования к постановке цели научной работы. Актуальность исследований. Новизна исследований. Методологические требования к содержанию научной работы. Методологические требования к результату научной работы. Выбор метода (методики) проведения исследования. Описание процесса исследования. Постановка проблемы исследования, ее этапы. Определение цели и задач исследования. Планирование научного исследования. Субъект и объект научного исследования. Интерпретация основных понятий. План и его виды. Анализ теоретико-экспериментальных исследований. Формулирование выводов., Определение понятий «информация» и «научная информация». Свойства информации. Основные требования, предъявляемые к научной информации. Источники научной информации и их классификация по различным основаниям. Информационные потоки. Работа с источниками информации. Универсальная десятичная классификация. Особенности работы с книгой. , Структура научно-исследовательской работы. Способы написания текста. Язык и стиль экономической речи. Оформление таблиц, графиков, формул, ссылок. , Подготовка рефератов и докладов. Подготовка и защита курсовых, дипломных работ. Структура научных работ. Рецензирование., Процесс внедрения НИР и его этапы. Эффективность научных исследований. Основные виды эффективности научных исследований. Экономический эффект от внедрения научно-исследовательских разработок. Оценка эффективности исследований. **Форма контроля** Экзамен (устно)

Б1.О.23	Разработка и технологии производства рекламного продукта	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование способности использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и коммуникационных продуктов **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов **Содержание** Коммуникативная эффективность рекламного продукта. Оценка эффективности рекламного продукта на когнитивном, аффективном и конативном уровнях. Эффективность рекламной кампании., Понятие социально-психологической эффективности рекламного продукта. Эффективность рекламного продукта и имидж компании. Этика, правовые нормы и оценка рекламного продукта., Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта. Основные конкурсы по креативу рекламных произведений. Ведущие зарубежные и отечественные криейтеры в области рекламы., Виды рекламного продукта на радио. Средства аудиального воздействия в рекламе. Творческая разработка рекламного продукта. Технические средства в производстве радиорекламы. Музыка и эффекты в создании радиоролика. Запись и обработка звука. Монтаж аудиоролика. , Классификация рекламы в сети Интернет. Контекстная реклама. Справочные системы и базы данных. Видео в Интернет., Разработка концепции телевизионной рекламы, выбор формата и жанра. Режиссура видеорекламы. Технологии и этапы видеопроизводства., Реклама и искусство. Разработка творческой идеи для рекламной полиграфии. Композиция рекламного обращения. Художественный дизайн в рекламе. Анализ дизайнерского решения. Семиотический анализ рекламного продукта., Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте. Денотативное и коннотативное значение изображения. Изображение и текст. , Анализ конкурентных рекламных стратегий. Определение целевой аудитории и целей рекламной кампании. Выбор медиаканалов. Разработка творческой идеи кампании. Определение критериев эффективности рекламной кампании., Творческая идея в рекламе. Этапы творческого процесса создания рекламы. Методы поиска творческих решений., Маркетинговый план, как основа планирования рекламы. Творческая стратегия и ее компоненты. Разработка творческой концепции. Метод мифодизайна в рекламе. Разработка коммерческих названий. Выбор стиля рекламной кампании. Принципы разработки эмблем и товарных знаков. Разработка фирменного стиля., Традиционное потребительское поведение. Ж. Бодрийяр и его теория взаимоотношения человека и «вещи». Знак, символ, миф в рекламе. Влияние рекламы на культурные нормы и ценности. , Семиотика, ее основные разделы: синтаксис, семантика прагматика. Реклама как семиотическая система. Знаковые системы в рекламе. Семиотический анализ в рекламе и его практическое значение. Метаграфемика рекламного обращения. Метафора, метонимия и аналогия в рекламном обращении., Теория имиджа Д. Огилви. Теория уникального торгового предложения (УТП). Теория позиционирования., Физиологические возможности восприятия рекламного продукта. Ожидания потребителя. Имидж и стереотипы в рекламе. Рекламное обращение в контексте коммуникативного канала. **Форма контроля** Зачет, Экзамен (устно)
Б1.О.24	Теория и практика рекламы	**Цели освоения дисциплины (модуля)** является освоение умений, овладеванием умениями и навыками управления и организации работы рекламных служб и служб

		по связям с общественностью фирмы и организации, оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, мероприятий по повышению имиджа организации, продвижения товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности **Содержание** , , , , Организация рекламной деятельности рекламодателей. Рекламные агентства и их роль в организации рекламного бизнеса. Типы и функции рекламных агентств. Организационное построение рекламных агентств. Организация взаимоотношений «рекламное агентство – клиент». Факторы, влияющие на взаимоотношения рекламного агентства с клиентом, Этапы планирования рекламной деятельности в системе маркетинга. Понятие, сущность рекламной кампании. Виды рекламных кампаний. Содержание плана рекламной кампании. Оперативное планирование и контроль рекламной деятельности. Последовательность его разработки. Формирование рекламного бюджета, Понятие об эффективности рекламы и ее действенности. Основные критерии, параметры и правила создания эффективной рекламы. Экономическая эффективность рекламы и методы ее оценки. Психологическая эффективность рекламы и подходы к ее оценке. Эффективность PR., Газеты и журналы как средства распространения рекламы. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах. Классификация газет и журналов. Приобретение места в газете и журнале для рекламы. Размещение рекламных вставок. Понятие тиража. Ценовые карточки, Полиграфические печатные рекламные средства. Характеристика основных ее видов. Технологии в печатной полиграфии и повышение качества выпускаемой продукции. Этикетка и упаковка. Техника и технология их производства. Тенденции развития полиграфии и ее влияние на развитие рекламного рынка России, Особенности и типы телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Зрительские аудитории. Методы измерения телеаудитории и составление рейтинга. Совокупный рейтинг. Использование кабельного телевидения в рекламе. Преимущества и недостатки кабельного телевидения. Приобретение рекламного времени на кабельном телевидении. Использование радиовещания в рекламных целях. Преимущества и недостатки радиовещания. Особенности радиопрограммы и радиоаудитории. Использование сети Интернет в рекламе, Реклама по почте и адресный маркетинг. Типы рекламы по почте. Преимущества рекламы по почте. Производство и оформление почтовой рекламы, Наружная реклама. Преимущества наружной рекламы. Недостатки наружной рекламы. Стандартизация и особенности правового регулирования наружного рекламного бизнеса. Требования, предъявляемые к наружной рекламе. Транзитная реклама и ее типы. Преимущества и недостатки транзитной рекламы, Стимулирование сбыта и его значение как инструмента ускорения продаж. Основные методы и формы стимулирования сбыта. Реклама на месте продажи. Витрины как средство рекламы. Вспомогательные средства рекламы, Понятие системы маркетинговых коммуникаций и ее роль в комплексе маркетинга. Процесс рекламной коммуникации. Его составляющие, участники и особенности их взаимодействия. Современные рекламные стратегии. Социально-психологические аспекты рекламных коммуникаций, Понятие первичных и вторичных, количественных и качественных исследований, используемых в рекламном деле. Основные этапы исследования. Сравнительные исследования потребительных свойств рекламируемого и конкурирующих товаров (конкурентный анализ). Исследование влияния на рекламу рыночной среды (конъюнктурный анализ). Исследование потребительской аудитории (сегментационный анализ). Исследование психологии восприятия рекламной информации (мотивационный анализ). Исследование средств массовой информации (медиаанализ). Тестирование рекламной продукции, Рекламное обращение: понятие, основные элементы и их значение. Содержание рекламного обращения. Форма рекламного обращения. Структура рекламного обращения, Цели и значение позиционирования. Критерии позиционирования. Уникальное товарное предложение. Информационное позиционирование и выбор приемов обыгрывания выгод потребителя, Творческие

		принципы рекламного бизнеса. Креатив и творчество: психология творческого процесса. Этапы творческого процесса при разработке рекламных обращений. Теории, обеспечивающие разработку творческой концепции (теория Разрыва, теория RAM-проводника, теория «Внутреннего драматизма»). Методы активизации поиска творческой идеи, Понятие и отличительные особенности социальной рекламы. История возникновения и развития социальной рекламы в 20-м веке. Социальная реклама в России: основные участники, технологии производства и размещения. Современная законодательная база социальной рекламы, Определение рекламы. Цели и задачи рекламы. Функции рекламы. Классификация рекламы. Роль рекламы в современном обществе. Предмет и методологические основы курса. Межпредметные связи курса, Этапы развития рекламы. История развития рекламы западноевропейских стран во 2-й половине 20-го века. История развития рекламы США в 20-м веке. Особенности развития рекламы в странах юго-восточной Азии 20-го века. Современное состояние и тенденции развития рекламного дела в России, Культура и этика рекламной деятельности. Система регламентирования рекламной деятельности. Государственное регулирование рекламной деятельности. Саморегулирование в сфере рекламы. Международные организации в сфере рекламного бизнеса и их назначение **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.25	Технологии управления общественным мнением	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование системы знаний о структуре общественного мнения, методах его изучения, технологиях формирования и управления общественным мнением и их роли в управленческом процессе, формирование знания о традиционных и новых коммуникационных каналах взаимодействия организации и ее целевых групп общественности, а также навыков управления общественным мнением при продвижении товаров, услуг, идей, при антикризисном реагировании, при формировании имиджа и репутации организации, анализ данных о роли общественного мнения в коммерческой сфере. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности **Содержание** Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения., Изучение общественного мнения. Использование СМИ. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Общественное мнение как специфический социальный институт. Роль Люсьена Матра в истории пиар., Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения. Толпа- масса- общественность. Общественное мнение как структурный элемент пиар. , Значение PR для социально-экономического развития. Подготовка и проведение кампаний Public Relation. Основания теоретической модели социальной технологии. Некоторые аспекты формирования и управления общественным мнением. Технологические подходы к познанию социальной действительности. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения., Технология формирования общественного мнения. Структура общественного мнения. Базовые характеристики общественного мнения. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Виды социологического управления общественным мнением; проблемы гуманитарных технологий. Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований. Технологии использования общественного мнения. Как обеспечить работу с журналистами. Основные жанры журналистики и пиар, Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть. Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения. Опросы общественного мнения как фактор воздействия на электорат.Слух как

		платформа общественного мнения. Управление имиджем и репутацией организации в общественных отношениях. Социальная ответственность бизнеса и пиар., Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть. Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения. Опросы общественного мнения как фактор воздействия на электорат.Слух как платформа общественного мнения. Управление имиджем и репутацией организации в общественных отношениях. Социальная ответственность бизнеса и пиар., Опыт использования технологий управления общественным мнением в России и за рубежом.Зарубежный опыт правового регулирования пиар. Информационная политика РФ- проблема и тенденции развития. Российское законодательство и деятельность по связям с общественностью. , Базовые социологические процессы и избирательные технологии. Общественное мнение в предвыборной кампании. Предвыборная работа с элитами общественного мнения. Предвыборная работа с электоральными аудиториями. Идея, воплощенная в слогане. Образ врага общественного мнения. Сравнение эффективности предвыборных действий. Система маркетинговых коммуникаций, политических технологий, менеджмента. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.О.26	Теория и история потребительской кооперации	**Цели освоения дисциплины (модуля)** сформировать у обучающихся знания, умения и навыки в связи с освоением сущности потребительской кооперации как социально ориентированной системы, способной улучшить потребление и материальное благосостояние мало- и - среднеобеспеченного населения ;раскрыть сущность правовых, организационных, экономических, социальных и нравственных основ создания и деятельности организаций потребительской кооперации; сформировать научное представление об основных этапах развития потребительской кооперации, современных тенденциях и исторических перспективах. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, ОПК-7 способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности **Содержание** , , , , Потребительское общество – специфический кооператив. Объединения потребительских обществ. Причины и предпосылки возникновения и развития потребительских обществ в условиях формирования капиталистических отношений. Англия – родоначальница потребительской кооперации. Возникновение потребительской кооперации в странах Европы и на других континентах. Развитие потребительской кооперации в странах Европы в XIX – середине XX столетиях , Артельная деятельность декабристов у истоков потребительской кооперации России. Предпосылки развития потребительской кооперации России в условиях формирования капиталистических отношений. Зависимые потребительские общества рабочих. Первое независимое потребительское общество рабочих. Многообразие видов потребительских обществ в России., Предпосылки создания Московского союза потребительских обществ (МСПО). История создания МСПО как центрального союза России. Роль МСПО в развитии потребительской кооперации. Создание системы потребительской кооперации.

		, Нормальный (типовой) устав потребительных обществ России: его содержание и значение. Положение о Московском союзе потребительных обществ. Положение о кооперативных товариществах и их союзах – первый кооперативный закон России., Развитие потребительской кооперации России с 1831 по 1904 гг. Развитие потребительской кооперации России в период с 1905 по 1917 гг. , Развитие потребительской кооперации в условиях советской власти с 1917 по 1940 гг. Потребительская кооперация в период Великой Отечественной войны (1941 – 1945 гг.) и послевоенные годы. Развитие потребительской кооперации в условиях незавершенных социально-экономических преобразований с 1961 по 1990 гг. , Изменение условий развития потребительской кооперации в первые годы экономических реформ. Укрепление правового положения потребительской кооперации в условиях формирования новых общественных отношений. Значение и содержание федерального закона о потребительской кооперации. Уставы потребительских обществ и их союзов. Взаимоотношения правительства и потребительской кооперации. , Потребительская кооперация – система потребительских обществ и союзов потребительских обществ. Структура органов управления и контроля потребительских обществ и их правомочия. Структура органов управления союзов потребительских обществ и их функции. , Формы собственности. Особенности собственности потребительской кооперации. Имущество потребительского общества: особенности управления имуществом общества. Источники формирования имущества потребительского общества. Фонды потребительского общества. , Пайщики – члены потребительского общества. Права и обязанности пайщиков по закону потребительского общества. Ответственность пайщиков по закону Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации. Экономическое участие пайщиков в деятельности потребительского общества. Стимулирование пайщиков за участие в деятельности потребительского общества. , Современные кооперативные ценности, принятые Международным кооперативным альянсом (МКА) в 1995 году. Основополагающие кооперативные принципы потребительской кооперации России. Социальная миссия потребительской кооперации России. Концепции развития потребительской кооперации России и их значение. Преимущества потребительской кооперации как социально-ориентированной кооперативной системы , Значение, задачи общественно-массовой деятельности и их реализация в потребительских обществах. Кооперативный участок и его функции. Комиссии кооперативного контроля потребительского общества. , Кадры потребительской кооперации и их значение. Подготовка специалистов в учебных заведениях потребительской кооперации. Кадровая политика потребительской кооперации. , Основные отрасли и виды деятельности потребительской кооперации и их социальная направленность. Особенности и направления развития розничной торговли и общественного питания потребительской кооперации. Заготовительная деятельность, промышленность и услуги потребительской кооперации. , Кооперативное движение в современном мире (МКД). Международный кооперативный альянс – центр кооперативного движения. , Потребительская кооперация в сфере розничной торговли и ее роль в международном кооперативном движении. Деятельность потребительской кооперации России в реализации политики Международного кооперативного альянса.

		Форма контроля Экзамен (устно)
Б1.О.27	Кооперативное движение	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у студентов знаний, умений и навыков о социально-экономической сущности кооперативов и кооперативном движении, как специфическом массовом социально-экономическом движении, которое поддерживает и обеспечивает жизнедеятельность около 1 млрд. человек средне - и малообеспеченного населения планеты Земля; раскрывать гуманистические идентичные ценности кооперативов мира, одобряемые Организацией Объединенных Наций, являющиеся составной частью ценностей современной цивилизации; определять место российского кооперативного движения в развитии международного кооперативного движения; показать влияние кооперативного движения на социально-экономическое и нравственное развитие общества на национальном и международном уровнях **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде **Содержание** Международный кооперативный альянс- центр кооперативного движения Организационное построение МКА Цели деятельности МКА Международный день кооперации Значение международного кооперативного движения Структура международного кооперативного движения (МКД). Удельный вес кооперативов в национальной экономике Социальные кооперативы в зарубежных странах Проблемы и направления развития кооперативного движения. Первая всемирная кооперативная ярмарка – МКА ЭКСПО 2008 Предпосылки развития кооперативного движения , Изменение политики государства по отношению к кооперации в условиях кардинальных общественных преобразований Потребительская кооперация – система потребительских обществ и их союзов. Общая характеристика социально-экономической деятельности потребительской кооперации; Кооперация в сферах производства и услуг современной России. Сельскохозяйственная кооперация в современной России Кредитная кооперация в современной России. Виды кооперативов и их объединений в сфере приобретения жилья. Общероссийские центры кооперативного движения , Организационно-правовые основы кооперативов и их объединений Значение и содержание кооперативных уставов Экономическая основа деятельности кооперативов и их объединений Источники формирования кооперативного имущества Социальные основы деятельности кооперативов разных видов Порядок создания, реорганизации и ликвидации различных кооперативов

		, Кооперативное движение России с 1905 по 1917 годы Кооперативное движение России с 1917 по 1940 годы Кооперация в годы Великой Отечественной войны и послевоенные годы(1941-1960 гг.) Развитие кооперации в условиях советской власти в годы незавершенных социально-экономических преобразований с 1961 по 1990 годы , Развитие кооперативного движения в условиях свободной конкуренции Особенности кооперативного движения в условиях монополистического капитализма Кооперативное движение в эру постиндустриального развития Кооперативное движение в странах Западной Европы Кооперативное движение в странах Америки. Кооперативное движение в странах Азии и Тихоокеанского региона Кооперативное движение Африки , Формирование кооперативной идеологии в зарубежных странах Воздействие на возникновение и развитие кооперативного движения идей утопического коммунизма и социализма XVI-XVII веков. Идеи производственно-потребительских общин великих социалистов-утопистов Р. Оуэна и Ш. Фурье. Концепции кооперативного социализма Л. Блана, Ф. Лассаля. Сущность христианского социализма Ф. Бюше. Основные положения теории кооперативизма Ш. Жида. Концепции кредитной кооперации Г. Шульце-Деличе и Ф. Райффайзена. Кооперативные идеи Н. Чернышевского. М. Туган-Барановский о социальных основах кооперации. Сущность и значение идей А. Чаянова о кооперации. Кооперативные идеи российских экономистов-реформистов: Н. Баллина, А. Чупрова, А. Васильчикова, Н. Зибера, В. Тотомианца и других , Основные предпосылки возникновения и развития кооперативного движения в Западной Европе Англия – родина кооперативного движения. Рочдейлское потребительское общество справедливых пионеров Возникновение и развитие кредитной, кооперации в Германии Зарождение производственной кооперации во Франции Докооперативные формы объединений в России Предпосылки развития для кооперативного движения после отмены крепостного права Особенности становления кооперативного движения России в последней трети XIX века Происхождение кооперативного движения в странах Америки Происхождение кооперативного движения в Азии и Тихоокеанском регионе Происхождение кооперативного движения в Африке , Понятия «кооперация», «кооператив», «объединение кооперативов», «кооперативная система», «кооперативное движение» Многообразие кооперативов в современном мире и их классификация Общие признаки кооперативов разных видов Основные кооперативные ценности Кооперативные принципы **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.00	**Часть, формируемая участниками образовательных**	

	отношений	
Б1.В.01	Копирайтинг	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование базовых навыков создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыков литературного редактирования, копирайтинга и способности под контролем осуществлять подготовку к выпуску рекламной продукции с вербальными текстами **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-7 способен создавать рекламные PR-тексты в средствах массовых коммуникаций **Содержание** Понятие копирайтинга в широком и узком смысле. Знаменитые копирайтеры мира. Функциональные обязанности копирайтера и требования к уровню его подготовки. Сферы знаний, значимые для копирайтера. Основы создания рекламного текста. , Логическая структура и композиция рекламного обращения. Принципы создания рекламного текста. Рекламная аргументация. Методы прямого и косвенного убеждения., Задачи использования выразительных средств речи в рекламе. Паронимия и парономазия в рекламе. Использование синонимов и антонимов. Понятие тропа. Эпитеты, сравнения и метафоры в рекламных текстах. Задачи использования олицетворения. Гиперболизация и литота в рекламе. Функции перифразы. Неологизмы в рекламе. Фразеологические обороты: преобразование состава., Теории первичного и вторичного звукосимволизма. Предмет изучения фонетики и фоники. Требования к звуковой стороне рекламных текстов. Ритм. Размеры в русской системы стихосложения. Созвучия и рифма. Звукопись. , Понятие стиля. Стилистика языка рекламы. Приемы литературного редактирования в рекламе. Орфографические, грамматические, семантические словари и их использование при создании рекламных текстов. , Классификация письменных рекламных материалов. Анализ рекламных текстов в сети Интернет. Подготовка текстов различной жанровой направленности , Роль вербальных средств в телевизионной рекламе. Различия в использовании вербальных средств радиорекламы и телерекламы. Характеристика средств передачи рекламной информации на радио. , Функции заголовка. Классификация заголовков. Выбор типа заголовка. Приемы разработки заголовка. Функции и типы слогана. Маркетинговые и художественные параметры слогана. Разработка универсального слогана. Разработка слогана рекламной кампании. Разработка слогана для письменной коммуникации. Разработка слогана для аудиальной коммуникации., Специфика видеорекламы и типология рекламных видеороликов. Создание литературного сценария рекламного ролика. Режиссерский сценарий. Использование средств коммуникативного воздействия в рекламном ролике., Оригинальность текста. Лингвистические средства в передаче семантики сообщения. Повышение оригинальности текста. Приемы рерайтинга. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.02	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	**Цели освоения дисциплины (модуля)** получение теоретических знаний о принципах построения отдела рекламы и связей с общественностью в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

		Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-2 Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, ПК УВ-3 Способен владеть навыками организации своей деятельности и деятельности фирмы, ПК УВ-6 Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Содержание** , 1. Сущность организационной структуры управления. Факторы, влияющие на ее выбор. 2. Характеристика видов организационных структур управления организацией. 3. Особенности организационно-управленческой работы в рекламных отделах и отделах по связям с общественностью. , 1. Понятие рекламного агентства, его характеристика и виды. 2. Структура рекламного агентства. 3. Характеристика участников рекламной деятельности. 4. Основные функции отдела рекламы. , 1. Структура отдела по работе с клиентами рекламной службы. Функциональные обязанности сотрудников. 2. Структура медийного отдела рекламной службы. Функции сотрудников. , 1. Состав и схема работы творческого отдела рекламной службы. 2. Процесс создания рекламы. 3. Функции сотрудников творческого отдела рекламной службы. , 1. Работа сотрудников по производству печатной рекламы. 2. Работа сотрудников по производству аудиовизуальной рекламы. 3. Особенности работы интернет-отдела. 4. Особенности подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы., 1. Состав и структура BTL-отдела рекламной службы. 2. Состав и функции сотрудников администртивно-хозяйственной службы. 3. Сотрудники отдела рекламы на предприятии и их функции. , , 1. Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения . 2. Квалификационные характеристики и профессиональные требования к должностям специалистов отдела связей с общественностью. 3. Планирование, программирование и подготовка концепции работы PR-отдела. , 1. Методы сбора информации PR-подразделения. 2. Методика проведения фокус-групп. 3. Современные технологии обработки статистических данных. , 1. Функции литературной группы PR-подразделения. 2. Общие требования к составлению речей. , 1. Структура досье СМИ.

		2. Мониторинг СМИ. 3. Источники информации для отдела по связям с общественностью. , 1. Основные принципы формирования информационной политики оргнизации . 2. Media relations. 3. Подготовка и рассылка пресс-релизов . 4. Ньюсмейкерство. Организация пресс-мероприятий. , 1. Взаимодействие PR-подразделений с органами власти. 2. Взаимодействие PR-подразделений с общественными организациями. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.03	Маркетинговые исследования	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у обучающегося профессиональных компетенций, необходимых для успешного решения организационно-управленческих задач в области сбора информации о маркетинговой среде организации, проведения маркетинговых исследований, обработки и анализа рынка, спроса. товарного предложения, цены посредством освоения знаний, умений и навыков **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-5 Способен проводить маркетинговые исследования, ПК УВ-4 Способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов **Содержание** 1. Маркетинговая информационная система как основа для проведения маркетинговых исследований 2. Составляющие маркетинговой информационной системы. 3. Схема маркетинговой информационной системы. , 1. Сущность маркетинговых исследований 2. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации. 3. Формы реорганизации маркетинговых исследований , 1. Методы маркетинговых исследований. 2. Количественные и качественные методы исследования. 3. Кабинетные маркетинговые исследования. 4. Полевые маркетинговые исследования. 5. Метод экспертных оценок. , 1. Устный опрос и его виды. 2. Анкетный опрос. Методика его проведения. 3. Панельные опросы. 4. Основные характеристики метода фокус-групп. 5. Процесс проведения фокус-группы. , 1. Исследование внешней и предпринимательской среды

		2. Виды рыночного спроса и его определение 3. SWOT-анализ маркетинговых исследований , 1. Статистические инструменты анализа данных. 2. Регрессионный анализ. 3. Факторный анализ. 4. Дискриминантный анализ. 5. Конъюнктурный анализ. , 1.Определение размеров выборки как основа проведения маркетинговых исследований 2. Определение структуры и процедуры выборки. 3. Репрезентативность выборки. , 1. Измерения в маркетинговых исследованиях. 2. Методы измерений. 3. Построение шкал измерения. 4. Надежность и достоверность измерения информации в маркетинговых исследований. , 1. Статистические инструменты анализа данных как основа для написания аналитических справок, обзоров и прогнозов . 2. Регрессионный анализ. 3. Факторный анализ. 4. Дискриминантный анализ. 5. Конъюнктурный анализ., 1. Классификация методов прогнозирования. 2. Экстраполяция ряда динамики как однофакторный метод прогнозирования. 3. Экономико-математические методы прогнозирования., 1. Общая схема исследований. 2. Цели и задачи маркетинговых исследований. 3. Формирование рабочей гипотезы. 4. Способы организации маркетинговых исследований 5. Использование маркетинговых исследований для написания аналитических справок, обзоров и прогнозов , 1. Основные факторы, определяющие оценки и поведения потребителей. 2. Направления изучения потребителей. 3. Изучение отношения потребителей к определенной марке товаров. 4.Виды маркетинговых исследования необходимые для проведения изучения потребителей , 1. Оценка собственного потенциала предприятия и ее конкурентоспособности. 2. Ситуационный анализ рынка. 3. АВС-анализ., 1. Место и роль маркетинговых исследований в плане маркетинга. 2. Организация планирования маркетинговых исследований. 3. Структура заключительного отчета и требования к его содержанию. 4. Финансирование и оценка эффективности затрат на маркетинговые исследования. 5.Маркетинговые обзоры и прогнозы **Форма контроля** Зачет
Б1.В.04	Теория и практика фоторекламы	**Цели освоения дисциплины (модуля)** являются формирование у студентов комплекса специальных знаний, умений и навыков в сфере рекламной фотографии. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

		Требования к результатам освоения дисциплины (модуля) ПК УВ-1 Способен разрабатывать визуальные и мультимедийные медиапродукты **Содержание** Физическая природа света, распространение света. , Основные элементы фотокамеры. Управление фотокамерой. Светотень и ее элементы. Направленное, рассеянное и комбинированное освещение, их характеристика. Виды света, получаемые при комбинированном освещении. Применение фронтального, бокового, диагонального, заднебокового и контрового освещения; их преимущества и недостатки. Виды осветительных приборов, их технические характеристики, применение. Требования к использованию осветительных приборов. , Понятие о композиции. Композиционный рисунок кадра. Понятие плана съемки. Дальний, общий, средний, крупный и очень крупный планы съемки и их назначение. Размещение главного объекта при съемке. Укрупнение главных элементов композиции. Тональный контраст объекта съемки и фона. Световые акценты. Размытие фона. Ракурс съемки, Требования к оборудованию для макросъемки. Фокусировка на объектах. Освещение при съемке крупным планом. Использование электроподсветов, светоотражательных подсветов и затенителей., Понятие технической съемки. Требования к объектам технической съемки. Требования к фотоснимку и его техническому качеству. Типовые объекты технической рекламной фотосъемки. Типология рекламоносителей и требования к фотоизображениям, размещаемым в рекламном продукте., Оборудование студии: светоотражатели, осветительное оборудование, штативы, хромакейные фоны, их назначение. Технические характеристики осветительных приборов. Построение схем освещения. Решение творческой рекламной задачи. Выбор точки съемки и ракурса., Значение светового баланса в портретной съемке. Контржурное и верхнее освещение в портретной съемке. Техника световой коррекции лица. Практическое использование методов рисующего и тонального освещения. Составление оптимальных световых схем. Персонаж в рекламном обращении. Типология фотоперсонажей: животные и люди – мужчины, женщины, дети; рекламные образы и их функциональные роли. Стереотипный образ в фотографии. Подбор типажа. Роль фона в съемке персонажей. Композиция рекламного фотоснимка. Ракурсы съемки персонажа. Освещение и осветительные приборы в съемке., Типология средств рекламной полиграфии: буклеты, плакаты, листовки, проспекты, календари. Требования к фотоснимкам для различных средств рекламы. Художественные и технические параметры снимка. Специфика техники фотосъемки для различных средств рекламной полиграфии. , Съемка продуктов питания, продукты питания без упаковки. Фотосъемка мороженого. Особенности освещения и съемки обуви. Строительные материалы как объект рекламной съемки. Съемка ювелирных изделий. Съемка производственного оборудования. , Специфика социальной рекламы. Роль и тематика социальной рекламы. Фотоизображение в социальной рекламе. Социальная реклама с фотоизображениями и ее авторы. Разработка творческой идеи социальной рекламы. Приемы генерации творческих идей. План и композиция в социальной рекламе. Носители социальной рекламы и технические параметры снимков. Оборудование для съемки. **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.05	Практикум по производству видеорекламы	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование умения разрабатывать и производить рекламные видеоролики **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

		Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-1 Способен разрабатывать визуальные и мультимедийные медиапродукты **Содержание** Технические характеристики и устройство видеокамеры. Основные функции и команды меню, терминология. Устройство штатива и работа с ним., Понятия литературного и режиссерского сценария. Работа копирайтера над сценарием рекламного видеоролика. Содержание режиссерского сценария видеоролика, функции видеорежиссера в производстве рекламного ролика. Монтаж по крупности. Раскадровка и ее назначение., Выбор оптимального места съемки, реквизита и кастинг актеров. Видеорежиссура. Функциональные обязанности видеооператора. Правила работы оператора. , Понятие «план съемки». Приемы создания динамичных планов. Приемы изменения масштаба плана съемки. «Наезд» и «отъезд». Горизонтальные и вертикальные «проезды»., Задачи съемки на фоне. Требования к освещению. Техника съемки на фоне в студии. Съемка на натуре. Удаление фона., Понятие комбинированного ролика, его преимущества. Роль раскадровки в создании комбинированного ролика. Особенности съемки комбинированного видеоролика., Виды видеомонтажа. Специфика монтажа видеорекламы. Импорт исходных материалов в программу Adobe Premiere. Приемы видеомонтажа. Использование инструментов при монтаже., Группы видеоэффектов. Выбор эффекта, соответствующего творческой задаче создаваемого видеопродукта. Управление эффектами Adobe Premiere. Эффекты в Adobe After Effects. Управление эффектами., Оборудование для записи звука и его характеристики. Звуковой редактор и его возможности. Основные инструменты звукового редактора. Роль звука в комбинированном и анимационном ролике. Запись диктора. Озвучивание видео. , Работа оператора и режиссера с режиссерским сценарием. Требования к съемочному процессу. Приемы сохранения непрерывности действия в ролике. Режиссура рекламной съемки. Техника съемки рекламного ролика. Принципы съемки и монтажа. Правила записи звукового материала ролика, Эскизирование комбинированного ролика. Подготовка исходных материалов: персонажи и фоны. Анимация в программе Adobe After Effects. Совместное использование Premiere и After Effects., Окно Title Designer в Adobe Premiere и его инструменты: создание титров и их редактирование. Анимация титров. Титры в After Effects: виды, редактирование. Анимация титров в After Effects., Возможности видеоредакторов в добавлении спецэффектов. Специфика видеосъемки в зависимости от творческой идеи видеоролика. , Чистовая подрезка монтажных кадров. Исправление ошибок монтажа. Микширование звука. Монтаж по звуку. Экспорт проекта и сохранение рабочего материала проекта. **Форма контроля** Зачет, Экзамен (устно)
Б1.В.06	Дизайн-проектирование	**Цели освоения дисциплины (модуля)** **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-1 Способен разрабатывать визуальные и мультимедийные медиапродукты **Содержание** Понятие дизайн - проекта рекламной вывески. Виды дизайн - проекта рекламной вывески. Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн - проекта рекламной вывески., Понятие дизайн – проекта стенда.

		Виды дизайн – проекта стенда. Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн – проекта стенда., Понятие дизайн – проекта таблички. Виды дизайн – проекта таблички. Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн – проекта таблички., Понятие дизайн – проекта витринной раскладки Виды дизайн – проекта витринной раскладки Технические требования особенностей выполнения в векторной и растровой графиках дизайн – проекта витринной раскладки, Виды дизайн – проекта рекламного дисплея. Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн – проекта рекламного дисплея., , Понятие дизайн-проекта растяжки Виды дизайн-проекта растяжки Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн-проект растяжки., Виды дизайн-проекта рекламы на транспорте. Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн-проекта рекламы на транспорте. , Понятие дизайн-проекта стрит-лайна (штендера). Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн-проекта стрит-лайна (штендера). , Понятие дизайн-проекта световых панелей в интерьере Виды световых панелей в интерьере Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн-проекта световых панелей в интерьере. , Понятие дизайн-проекта рекламы на козырьке фасада Виды рекламы на козырьке фасада Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн-проекта рекламы на козырьке фасада, Понятие дизайн-проекта внешнего рекламного оформления главного фасада Виды фасадов Технические требования выполнения в векторной и растровой графиках дизайн-проекта внешнего рекламного оформления главного фасада **Форма контроля** Зачет, Экзамен (устно)
Б1.В.07	Пресс-служба	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование знаний и навыков организации работы пресс-службы, создания текстов и документов, используемых в связях с общественностью, эффективных коммуникаций со СМИ, представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-2 Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью **Содержание**

		Сущность пресс-службы госучреждений и некоммерческих организаций Факторы, оказывающие влияние на деятельность пресс-служб Влияние пресс-служб на деятельность целевых групп Основные формы и методы работы пресс-службы с общественностью , Информационные и коммуникативные технологии в работе пресс-службы Подготовка и проведение пресс-конференций, презен-таций, брифингов , Пресс-служба в структуре организации Функции и направления деятельности пресс-службы в госучреждениях и коммерческих организациях Состав пресс-службы и основные функциональные обязанности специалистов пресс-службы , Пресс-служба в сфере PR: задачи, организация, струк-тура Принципы деятельности пресс-службы Положение о пресс-службе **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.08	Маркетинг	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у обучающегося общекультурной и профессиональных компетенций, необходимых, для успешного решения информационно-аналитических задач в области сбора, обработки и анализа о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений, построения внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, организации предпринимательской деятельности, осуществления маркетинговой деятельности организации, проведения маркетинговых исследований, изучения рынка, осуществления эффективной товарной, ценовой политики, политики в области распределения и продвижения продукции, а также управления маркетинговой деятельностью в организации посредством освоения знаний, умений и навыков. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-5 Способен проводить маркетинговые исследования **Содержание** 1. Сущность понятия маркетинга. 2. Принципы и функции маркетинга 3. Задачи маркетинга в зависимости от состояния спроса 4. Эволюция развития маркетинга. Концепции маркетинга. 5. Понятие системы маркетинга. Комплекс маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение , 1.Понятие маркетинговой среды. Основные факторы микросреды. Приоритет потребителя. 2. Понятие макросреды 3. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды , 1. Понятие маркетинговой информационной системы 2. Система внутренней и внешней отчетности маркетинговой информации 3. Система маркетинговых исследований. Процесс и дизайн маркетингового исследования 4. Система анализа и обработки информации

		, 1. Наблюдение - один из возможных способов сбора первичных данных 2. Анкетный опрос и его сущность 3. Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности , 1. Понятие сегментации 2. Критерии и признаки сегментации 3. Процесс сегментации рынка. Позиционирование товара , 1.Сущность изучения поведения потребителей. Модель по-купательского поведения. 2. Основные факторы, определяющие поведение потребите-лей 3. Процесс принятия решения о покупке. 4. Права потребителей. , 1. Понятие товара в системе маркетинга. Классификация то-вара 2. Жизненный цикл товара 3. Рыночная атрибутика товара, товарный знак, фирменный стиль 4. Роль упаковки в системе маркетинга 5. Новый товар. Процесс разработки нового товара 6. Формирование товарного ассортимента и управление им 7. Конкурентоспособность и качество товара. Оценка кон-курентоспособности товара 8. Вариация и элиминация товара 9.Сервис и гарантийное обслуживание , 1. Цена как категория рыночного хозяйства. 2. Методы ценообразования 3. Факторы, влияющие на уровень цен 4.Ценовые стратегии маркетинга. Виды скидок и условия их применения. , 1. Товародвижение и каналы распределения. Маркетинговые функции товародвижения. 2. Торговые посредники и их классификация 3. Розничная торговля. Типы розничной торговли 4.Оптовая торговля. Типы оптовой торговли , 1. Система ФОССТИС и ее основные задачи 2. Формы и методы стимулирования сбыта 3 Личная продажа как средство продвижения товара. , 1. Реклама в системе маркетинга 2. Виды и основные средства рекламы. 3. Планирование рекламной кампании и расчет эффективности проведения рекламной кампании 4. Паблик рилейшинз (PR) - связи с общественностью , 1. Процесс управления маркетингом. 2.Планирование маркетинга. Система маркетинговых планов 3. Стратегии маркетинга 4. Контроль маркетинга и маркетинговый аудит **Форма контроля** Зачет

Б1.В.09	Мерчандайзинг	**Цели освоения дисциплины (модуля)** приобретение студентами знаний, умений и навыков работы по внедрению современных технологий мерчандайзинга, опираясь на знании «поведения потребителя» и «поведения посетителя торгового зала», с учетом этических норм ведения бизнеса **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-5 Способен проводить маркетинговые исследования **Содержание** Понятие и сущность мерчандайзинга в повышении имиджа организации. Значение мерчандайзинга в обеспечении конкурентных преимуществ предприятию. Мерчандайзинг: история и современное развитие. Влияние мерчандайзинга на торгово-технологический процесс розничного торгового предприятия. Значение мерчандайзинга в повышении уровня обслуживания покупателей. Социально-экономическое значение технологий мерчандайзинга, Оперативное планирование и контроля рекламной работы в деятельности мерчандайзинга. Содержание понятия «объект мерчандайзинговой технологии». Содержание понятия «участник мерчандайзинговой деятельности». Роль и место производителей, промежуточных звеньев, розничных торговцев и покупателей розничных торговых предприятий в осуществлении мерчандайзинговой деятельности. Посетители торгового предприятия и товары как особые субъекты мерчандайзинговой деятельности. , Организация работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации как факторы, предопределяющие содержание мерчандайзинговой деятельности и мерчандайзинговых технологий. Влияние правовой среды на внедрение технологий мерчандайзинга. Влияние научно-технического прогресса на потенциал технологий мерчандайзинга. Основные компоненты социально-экономических ресурсов посетителей торгового предприятия и их влияние на формирование и развитие технологий мерчандайзинга, Продвижение товаров и услуг фирмы на рынок на основе психологических факторов, формирующих теоретические основы мерчандайзинга. Содержание и отличительные особенности понятий «поведение потребителей» и «поведение покупателей». Место наук о поведении человека в обосновании технологий мерчандайзинга. Место теорий рефлексов в формировании принципов мерчандайзинга. Процесс принятия решения о покупке, Маркетинговые исследования в формировании и управлении познавательными ресурсами посетителей торгового предприятия. Морально-этические нормы применения и предупреждения иллюзий в мерчандайзинге, Влияние маркетинговых исследований на процесс принятия решения о покупке. Типы процессов принятия решения о покупке. Использование моделей вовлеченности в покупку для определения статуса марки в технологиях мерчандайзинга. Использование модели поведения потребителей для предсказания и формирования поведения потребителя в торговом зале магазина, Особенности функций мерчандайзинга в организации работы отдела рекламы производителя. Цели и задачи мерчандайзинга производителя (поставщика). Различия в целях мерчандайзинга производителя и розничного торговца. Правила мерчандайзинга: эффективный запас; эффективное расположение; эффективная презентация, Организация работы маркетингового отдела по анализу и планированию продаж. Организация сервиса для розничных торговцев. Проведение специальных акций в магазинах. Дизайн упаковки товаров – составляющая успеха мерчандайзинга, Профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью при распределении торгового зала. Виды технологической планировки торгового зала: линейная, боксовая, смешанная, выставочная, свободная. Значение рационального распределения торгового зала для формирования маршрутов движения. Основные факторы природной системы человека, влияющие на распределение торгового зала на зоны по посещаемости посетителей. Понятия «холодная зона» и «горячая зона». Причины возникновения «холодных зон», методы предупреждения. Методы превращения «холодных зон» в «горячие зоны». Традиционный и мерчандайзинговый подходы к распределению торгового зала на зоны. , Традиционные и мерчандайзинговые подходы подходы к классификации товаров. Традиционные подходы к классификации розничных торговых предприятий. Требования мерчандайзингового подхода к классификации розничных торговых предприятий, Влияние профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью на выкладку товаров в торговом зале магазина.

		Основные принципы и требования мерчандайзинга к системе выкладки товаров в торговом зале. Изучение влияния конфигурации и линейных размеров оборудования на распределение познавательных ресурсов посетителей. Типы выкладки товаров: горизонтальная, вертикальная, дисплейная, Значение маркетинговых исследований при продаже товаров по «Методу ABC». Формирование групп товаров «А». «В», и «С» по наиболее общим признакам. Определение границ отделов и размещение товаров адекватно их статусу и роли выполняемой в мерчандайзинговом процессе, Оперативное планирование и оперативный контроль рекламно работы при применении технологий мерчандайзинга на различных типах предприятий. Сочетания «Метода импульсивных продаж» и «Метода ABC» на торговых предприятиях с универсальным ассортиментом. Применение технологий мерчандайзинга в малых предприятиях. Особенности применения технологий мерчандайзинга в павильонах оптовых торговых предприятий и мелкооптовой торговле, Маркетинговые исследования при анализе влияния технологий мерчандайзинга на эффективность деятельности предприятия в целом. Анализ влияния технологий мерчандайзинга на эффективность работы товарного отдела, секции и иных подразделений, связанных с обслуживанием покупателей **Форма контроля** Зачет
Б1.В.10	Интернет-реклама в торговле	**Цели освоения дисциплины (модуля)** приобретение теоретических знаний и практических навыков, изучении различных аспектов рекламной деятельности как составной части маркетинговых коммуникаций; комплексный анализ всех компонент рекламного бизнеса, осуществляемый на базе знаний в области коммерции, маркетинга и информационных технологий; привитие навыков организации рекламных кампаний, проведения отдельных рекламных мероприятий с помощью различных средств распространения информации. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-5 Способен проводить маркетинговые исследования **Содержание** история создания интернет; особенности развития сети интернет; основные услуги интернет , анализ аудитории российского интернет; аудитория пользователей интернет за рубежом; рынок электронной коммерции, рекламные звенья; основные фазы взаимодействия пользователя с рекламой; ценовые модели размещения рекламы организация и оперативное планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации в области рекламы , форматы рекламных баннеров; типы рекламных баннеров; критерии выбора типа рекламного баннера , задачи сайта информационное наполнение сайта инструменты работы с аудиторией выбор доменного имени и названия, PR-мероприятия, их виды и способы проведения; пресс-релиз и распространение информацию в сети; мероприятия проводимые компанией в сети;

		партнерство и спонсорство в Интернете оперативное планирование и оперативный контроль деятельности по связям с общественностью мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, понятие брэндинга, основные термины имиджевой рекламы; цели и задачи брэндинга; особенности построения брэнда в сети; сегментирование потребительского рынка, входные параметры для планирования схемы размещения рекламы в сети; основные критерии выбора рекламных площадок; информационная поддержка рекламодателей, веб-издателей и рекламных агентств оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, основные параметры оценки эффективности баннерной рекламы; поведенческие параметры оценки эффективности рекламы; методика создания эффективного рекламного баннера эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б1.В.11	Коммерческая деятельность	**Цели освоения дисциплины (модуля)** освоение теоретических знаний в области коммерческой деятельности, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формировании необходимых компетенций **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-3 Способен владеть навыками организации своей деятельности и деятельности фирмы **Содержание** 1. Понятие и сущность коммерческой работы. Предмет, содержание и задачи курса. 2. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности. 3. Характер и содержание процессов, выполняемых в торговле. 4. Роль и задачи развития коммерческой работы на современном этапе. , 1. Понятие коммерческой информации и источники ее получения. 2. Коммерческая тайна и ее содержание. 3. Обеспечение защиты коммерческой тайны. 4. Роль товарных знаков в коммерческой работе. , 1. Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торговле. 2. Заявки и заказы на товары. 3. Прямые договорные связи торговых предприятий с производителями товаров и их эффективность. 4. Роль оптовых предприятий в организации хозяйственных связей. , 1. Сущность, роль и содержание закупочной работы. 2. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупке товаров . Классификация поставщиков. 3. Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров. Контроль и учет поступления товаров от поставщиков. 4. Претензионная работа.

		, 1. Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров. 2. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров. 3. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров. , 1. История возникновения и развития ярмарочной торговли. 2. Значение и виды оптовых ярмарок. 3. Организация работы оптовых ярмарок. , 1. Сущность, роль и развитие биржевой торговли. 2. Порядок создания товарной биржи и ее структура. 3. Виды биржевых сделок. 4. Организация торговых операций на бирже. , 1. Сущность и виды торгов. 2. Сущность и организационные формы аукционов. 3. Порядок проведения аукциона. 4. Организация проведения конкурсов (тендеров). , 1. Понятие об ассортименте, номенклатуре товаров. 2. Порядок формирования и регулирование ассортимента товаров на оптовых торговых предприятиях. 3. Основные факторы подбора и планирования ассортимента товаров в магазинах. 4. Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине. , 1. Сущность электронной коммерции в России. 2. Проблемы безопасности электронной коммерции. 3. Эффективность электронной коммерции. **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б1.В.ДВ.01.00	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01**	
Б1.В.ДВ.01.01	Имиджелогия	**Цели освоения дисциплины (модуля)** изучение технологий формирования профессионально-личностного и корпоративного имиджа организации, которые позволят активно конкурировать, позиционировать и продвигать позитивный имидж личности или организации для реализации поставленных целей. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-6 Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Содержание** Имидж как исторически трансформирующаяся характеристика человеческого бытия. Объект и предмет имиджелогии как междисциплинарной области знания, связь с другими науками. Социокультурные пространство формирования имиджа: общественное мнение, общественное сознание, референтные группы, массовая культура, возрастные, профессиональные и прочие субкультуры. Сословный характер имиджа в традиционной

		культуре. постиндустриальная культура как фактор формирования феномена имиджа во второй половине XX в. Новые возможности трансформации имиджа на фоне доминирования экранной культуры и расширения виртуального мира (XXIв.)., Науки, составляющие теоретическую и практическую основу имиджелогии. Имидж в структуре мира. Современные типологии и основные функции имиджа. Содержание и смысл функций имиджа, Структурная организация имиджа: архетипы, культурные и социальные типажи, личностные особенности субъекта. Элементы структурной организации имиджа и их значение в процессе имиджирования. Основные критерии типологий имиджа. Технологии имиджа наиболее приемлеемые для специалистов по рекламе. Основные виды имиджа и их характеристика. , Мифологизация – инструмент имиджелогии. Методы имиджелогии: эмоционализация, формат, вербализация, детализация, архаизация, дистанцирование, визуализация, аттракцион. Виды имиджеформирующей информации, ее источники и психология восприятия.Манипулирование как способ коммуникативного воздействия. Методы манипулирования массовым сознанием., Цели и значение позиционирования. Критерии позиционирования. Практика позиционирования в процессе формирования имиджа. Критерии позиционирования и примеры вариантов позиционирования. Основные составляющие элементы сложного процесса позиционирования и его характеристики. Технология позиционироания при формировании имиджа торговой марки. Технологии позиционирования при формировании имиджа организации. , Сущность профессионально-личностного имиджа. Составляющие личностного имиджа и их характеристика. Общение – как способ установления и развития контакта между людьми. Создание первого впечатления, как важнейший этап формирования профессионального имиджа.Механизм взаимопритяжения и аттракции. Вербальное общение – стимулятор формирования имиджа. Основные заповеди оптимального речевого общения. Искусство публичной речи – как средство овладения вниманием аудитории. Невербальные коммуникации и их роль в процессе создания имиджа. , Имидж как культурно-обусловленная информационная составляющая личности, продукт ее творчества. Персональный имидж как сознательно и бессознательно конструируемая характеристика личности.. Роль самопознания, самовоспитания, саморазвития в процессе конструирования персонального имиджа. Роль актерского мастерства в развитии навыков управляемой самопрезентации. Фэйс-контроль как имиджевая практика. Гендерная специфика личностного имиджа., Имидж организации, его общественное значение. Элементы имиджа организации и их характеристика. Процесс создания корпоративного имиджа. Критерии и показатели оценки имиджа фирмы. Этапы построения имиджевой стратегии. Креатив торговой марки: понятия, виды. Общая стратегия разработки рекламной идеи торговой марки. Методы генерирования творческих идей в формировании имиджа торговой марки, Составление плана имиджевых рекламных кампаний. Разработка рекламной концепции и ее формата в имиджевых PR. Выбор средств распространения рекламы. Оценка эффективности имиджевых рекламных кампаний. Организация работы служб и служб по связям с общественностью организации. Планирование и контроль рекламной работы **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.ДВ.01.02	Паблик рилейшнз	**Цели освоения дисциплины (модуля)** овладение студентами знаниями, умениями, навыками менеджмента информационных потоков, формирования эффективных отношений с разными группами общественной аудитории, теорией и технологиями, инструментами в области современных связей с общественностью, овладение методиками проведения PR-акций и кампаний, методами тестирования их эффективности, приобретение знаний об особенностях формирования PR-бюджета, о связях с общественностью в кризисных для организации или личности ситуациях. Курс носит проблемный и прикладной характер **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01.

		Требования к результатам освоения дисциплины (модуля) ПК УВ-6 Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Содержание** Определения «Связей с общественностью» (PR). Альтруистический, компромиссный и прагматический подходы к определению PR. Суть PR-деятельности. Цели, функции и задачи PR. Составные части PR и другие, близкие виды деятельности. Общие принципы и правила деятельности по связям с общественностью (PR), Возникновение и развитие PR как вида профессиональной деятельности. Международные и национальные организации по связям с общественностью, Понятие общественности. Типология общественности. Определение целевых групп общественности. Приоритетные группы общественности. Суть общественного мнения. Установка и общественное мнение. Мотивация изменения установки. Изучение общественного мнения. Типы исследований общественного мнения, PR как функция менеджмента. Стратегический подход к управлению PR. Составные этапы процесса управления связей с общественностью (PR). Виды PR по сферам деятельности: бизнес; государственные и политические структуры; фандрайзинг; некоммерческие организации; образовательная сфера; спорт и развлечения, PR в структуре организации. Роль и функции отдела по связям с общественностью в системе менеджмента организации. Принципы организации и работы PR-службы в коммерческих структурах и органах государственной власти, Этические нормы PR-деятельности. Спичрайтер. Копирайтер. Спиндоктор. Продюсер. Фрилансер, Имидж и репутация. Природа имиджа. Формирование имиджа. Внутренняя общественность и имидж организации, Уровни функционирования механизма связей с общественностью (PR). Организационные формы в связях с общественностью (PR). Информационные и коммуникационные технологии при проведении PR-мероприятий, Факторы, определяющие выбор СМИ как инструмента PR. Принципы PR-взаимодействия с прессой: пресс-конференция, выступление по радио, телевидению. Базовые PR-документы в работе со СМИ. Философия взаимоотношений с масс-медиа, PR-кампания: основные определения, задачи и методы достижения целей. Отличие PR-кампании от рекламной кампании. Типы PR-кампаний. Принципы и характеристики успешной кампании. Организационные формы управления Public Relations. Формирование бюджета Public Relations, Типология кризисов. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Управление в условиях кризиса. Коммуникации в кризисных ситуациях, Суть лоббизма. Содержание работы лоббистов. Технологии лоббирования. Форматы работы бизнеса с органами власти, Место социального PR в бизнесе. Спонсорство и благотворительность в системе социального PR. Фандрайзинговые процедуры, связанные со спонсорством, Оценка эффективности PR-активности. Оценка эффективности PR-кампании. Оценка эффективности сетевой PR-деятельности, Коммуникация: основные понятия и определения. Процесс коммуникации и её элементы. Позиционирование в PR **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.ДВ.02.00	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02**	
Б1.В.ДВ.02.01	Статистика	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у обучающихся комплексных знаний, умений и навыков по профессиональной компетенции в области статистики. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-4 Способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

		Содержание 1. Предмет, методы статистики. 2. Задачи статистики на современном этапе 3. Основные категории статистики. 4.Организация статистики и основные направления ее совершенствования. 5. Источники статистической информации. 6. Методы статистики, используемые при написании аналитических справок, обзоров, прогнозов. , 1. Понятие о статистической информации. 2. Статистическое наблюдение – первый этап статистического исследования. 3. Программно-методологические вопросы статистического наблюдения. 4. Формы, виды способы статистического наблюдения 5. Аналитические справки, обзоры и прогнозы и состоянии рынка., 1. Статистическая сводка, ее содержание и задачи. 2. Задачи и виды группировок, их применение. 3. Статистические ряды распределения, их виды. 4. Вторичная группировка. 5. Статистические таблицы, их виды, правила построения. Применение графического метода в статистике. , 1. Абсолютные величины, их виды, единицы измерения. 2. Относительные величины, их виды, способы расчета. 3. Взаимосвязь абсолютных и относительных величин. , 1. Средняя в статистике, ее сущность, условия применения. 2. Виды и формы средних. 3. Средняя арифметическая, ее формы. 4. Средняя гармоническая, ее формы. 5. Структурные средние: мода и медиана , 1. Понятие вариации, значение вариационного анализа. 2. Показатели вариации. 3. Виды дисперсий. Правило сложения дисперсий. 4. Коэффициент детерминации и эмпирическое корреляционное отношение. , 1. Понятие о выборочном наблюдении, практика применения. 2. Основные способы формирования выборочной совокупности. 3. Расчет ошибок выборки. 4. Распространение выборочных результатов на генеральную совокупность. 5. Определение необходимой численности выборки. , 1. Динамический ряд, его элементы, виды и правила построения. 2. Аналитические и средние показатели рядов динамики. 3. Смыкание рядов динамики. Приведение рядов динамики к единому основанию. 4. Методы выявления основной тенденции развития в рядах динамики. 5. Изучение сезонных колебаний в рядах динамики. 6. Интерполяция и экстраполяция рядов динамики. 7. Статистические методы моделирования и прогнозирования социально-экономических явлений. , 1. Понятие индексов, их классификация. 2. Индивидуальные и агрегатные индексы. 3. Преобразованные индексы: среднеарифметический и среднегармонический индексы. 4. Индексы переменного состава, постоянного состава, структурных сдвигов.

		5. Базисные и цепные индексы. 6. Применение индексов в экономическом анализе. , 1. Источники информации о населении. 2. Изучение численности и состава населения. 3. Статистическое изучение естественного движения населения. 4. Статистическое изучение миграции населения. 5. Методы исчисления перспективной численности населения. , 1.Рынок труда и задачи его статического изучения. 2.Методы расчета трудовых ресурсов. 3.Статистика занятости и безработицы. 4.Баланс трудовых ресурсов. 5.Показатели движения рабочей силы. , 1.Понятие национального богатства, его состав в СНС. 2.Виды оценки основных фондов. 3.Балансы основных фондов. 4.Показатели состояния, движения и использования основных фондов. 5.Индексный анализ фондоотдачи. 6.Статистическое изучение оборотного капитала. , 1.Система показателей результатов экономической деятельности. 2.Методы исчисления валового внутреннего продукта. 3.Другие показатели результатов экономической деятельности в СНС, методы их расчета и взаимосвязь. , 1.Понятие, принципы построения, состав СНС. 2.Счет производства. 3.Счет образования доходов. 4.Счет распределения первичных доходов. 5.Счет вторичного распределения доходов. 6.Счет использования валового национального располагаемого дохода. 7.Счет операций с капиталом. 8.Финансовый счет. 9.Счет продуктов и услуг. , 1. Система статистических показателей уровня жизни населения. 2. Статистика доходов населения. 3. Методы изучения дифференциации доходов населения. 4. Статистика потребления населением товаров и услуг. **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б1.В.ДВ.02.02	Статистические методы анализа рынка товаров и услуг	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у обучающихся комплексных знаний, умений и навыков по профессиональной компетенции в области статистических методов анализа рынка товаров и услуг. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02.

		Требования к результатам освоения дисциплины (модуля) ПК УВ-4 Способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов **Содержание** 1. Предмет статистики рынка. Типы и виды рынков. 2. Задачи и источники информации статистического изучения рынка товаров и услуг. 3. Основы методологии статистики рынка товаров и услуг. 4. Система статистических показателей рынка товаров и услуг. 5. Статистические методы анализа, используемые при написании аналитических справок, обзоров и прогнозов., 1. Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Задачи статистического изучения конъюнктуры рынка. 2. Система статистических показателей конъюнктуры рынка товаров и услуг. 3. Расчет и анализ потенциала рынка. 4. Статистическое изучение тенденций, колеблемости и цикличности рынка. 5. Статистическая оценка эластичности спроса и предложения. 6. Аналитические справки, обзоры и прогнозы и состоянии рынка. , 1. Понятие, сущность и задачи статистики цен. 2. Классификация цен. 3. Система показателей статистики цен. 4. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен. 5. Статистическое изучение колеблемости цен. 6. Статистическое изучение индексов цен и инфляции. , 1. Сущность и понятие товародвижения и оборота торговли. Задачи статистического изучения товародвижения и оборота торговли. 2. Система показателей статистики товародвижения и оборота торговли. 3. Статистическое изучение объема и ассортимента, равномерности и ритмичности поставок товаров. 4. Статистическое изучение динамики и структуры оборота торговли. , 1. Понятие товарных запасов, их классификация. Источники статистической информации о товарных запасах. 2. Система статистических показателей товарных запасов. 3. Статистический анализ динамики товарных запасов и их оборачиваемости. , 1. Понятие и сущность товарной биржи. Задачи статистического изучения товарной биржи. 2. Система статистических показателей деятельности товарных бирж. 3. Биржевые цены. 4. Методы расчета биржевых индексов. 5. Методы анализа конъюнктуры на товарной бирже. , 1. Понятие и сущность инфраструктуры рынка. Задачи статистического изучения инфраструктуры рынка. 2. Система статистических показателей инфраструктуры рынка. 3. Показатели структуры и динамики организаций рынка товаров и услуг. 4. Статистический анализ обеспеченности населения организациями розничной торговли и бытовых услуг. 5. Статистический анализ организационных форм торговли. , 1. Понятие и сущность себестоимости. Задачи статистического изучения себестоимости. 2. Классификация затрат. 3. Основные статистические показатели себестоимости. 4. Статистический анализ динамики и структуры себестоимости. , 1. Понятие и сущность эффективности. Задачи социально-экономической эффективности деятельности. 2. Критерии социально-экономической эффективности деятельности.

		3. Система показателей эффективности деятельности. 4. Статистический анализ эффективности деятельности. 5. Аналитические справки, отчеты, прогнозы социально-экономической эффективности деятельности. **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б1.В.ДВ.14.00	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03**	
Б1.В.ДВ.14.01	Организация рекламы в торговле	**Цели освоения дисциплины (модуля)** формирование у обучающихся состава компетенций, базирующихся на характеристиках бакалавра рекламы в коммерческой сфере. Функционально-ориентированная целевая направленность дисциплины связана с умением планирования рекламных кампаний для предприятий торговли, выбора рекламных средств, формирования общественного мнения, умением оценивать эффективность рекламы в торговле, также формирование стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-6 Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Содержание** Сущность рекламы в розничной торговле. Задачи торговой рекламы. Функции торговой рекламы. Классификация и характеристика средств торговой рекламы. Характеристика рекламодателей. Особенности и типы телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Приобретение рекламного времени на кабельном телевидении. Преимущества и недостатки радиовещания. Использование сети Интернет в рекламе. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах. Классификация газет и журналов. Приобретение места в газете и журнале для рекламы. Ценовые карточки. Полиграфические печатные рекламные средства. Характеристика основных ее видов. Преимущества и недостатки наружной рекламы. наружной рекламы. Объемы торговой рекламы. Ведущие рекламодатели торговли России и зарубежья. , Правовое регулирование рекламы в торговле. Культура и этика рекламной деятельности. Система регламентирования рекламной деятельности. Государственное регулирование рекламной деятельности. Международные организации в сфере рекламного бизнеса и их назначение , Нейминг торгового предприятия. Витрины как инструмент привлечения внимания. Методика работы со СМИ. Структура рекламной службы предприятия торговли. Компетенция и должностные обязанности сотрудников. Этапы планирования рекламной деятельности на предприятии торговли. Порядок подготовки, рассмотрения и принятия решений. Основные статьи рекламного бюджета. Цели продвижения предприятии розничной торговли. Позиционирование. Рекламное планирование. Коммерческие предложения по производству и размещению рекламы. Планирование рекламной кампании. Выбор внешних исполнителей и партнеров. Управление рекламной кампанией. Взаимодействие с партнерами и исполнителями. Построение модели поведения покупателя , Ценовые и неценовые способы стимулирования сбыта, их отличительные характеристики. Скидки: типология и коммуникационное обеспечение. Дисконтные карты. Распродажи и их коммуникационное обеспечение. Организация и проведение конкурсов, розыгрышей.

		Направления оценки эффективности мероприятий по стимулированию. Пирамида показателей эффекта. Показатели оценки экономического эффекта стимулирования. Методы определения эффекта стимулирования. Период действия эффекта стимулирования и типы кривых увеличения объемов продаж , Планировка магазина. Сегментация площади торгового зала. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Анализ «холодных» и «горячих» зон. Последовательность размещения отделов и секций в торговом зале. Выкладка и размещение. Демонстрация товаров в торговом зале. Правила расположения товара на полках. Лучшие места. Правила выкладки. Анализ «холодных» и «горячих» зон. Приемы выкладки товаров: - навалом, штабелем, расположением в ряд, подвешиванием, стопками и другие. Вертикальный или горизонтальный способ выкладки. Аромомаркетинг. Освещение. Цвет. Развлечение. Тележки. Дополнительные услуги. Факторы, влияющие на покупательское решение. Продавец как соавтор покупательского решения. Правила вступления в контакт с покупателем. Эффективные невербальные сигналы продавца. Плюсы и минусы своего индивидуального стиля обслуживания. Особенности обслуживания в ситуации подъема и спада покупательской активности. Техника активных продаж и проведения допродажи: Стратегия и тактики эффективного обслуживания покупателей. Методы и приемы экспресс-понимания покупателя. Алгоритм выявления потребностей покупателя. Аргументация с пользой для покупателя. Практическое освоение правил, алгоритмов, приемов эффективного обслуживания покупателей: Навык обслуживания покупательской пары. Особенности обслуживания покупателей разных категорий: по полу, возрасту и др. Способы работы с возражениями с учетом психологических особенностей конкретного покупателя. , Оценка экономической эффективности рекламной кампании. Методы оценки коммуникативной эффективности. Организационный анализ рекламных мероприятий. Роль торгового персонала в продвижении товаров и услуг. Критерии оценки. Практические методы оценки торгового персонала. Профилактика конфликтных ситуаций в процессе обслуживания. Принципы работы с конфликтным покупателем. Стресс в работе продавца: приемы саморегуляции **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б1.В.ДВ.14.02	Реклама в газете и журнале	**Цели освоения дисциплины (модуля)** освоение умений, формирование умений навыков подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Дисциплины (модули).Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-6 Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **Содержание** Сущность печатных СМИ. Печатные СМИ в общей системе рекламоносителей. Газета как рекламоноситель. Типология газет. Журнал как рекламоноситель. Типология журналов. Реклама в электронных изданиях. Исторические аспекты становления и развития печатных СМИ. Специфика зарубежных печатных СМИ. Основные перспективы развития печатных СМИ на рынке рекламы. , Виды рекламных услуг. Характеристика и виды модульных объявлений: традиционное, редакционное, купонное. Виды строчных объявлений: произвольное, стандартное. Виды и основные рубрики, подрубрики рубричных объявлений: модульное, строчное. Организационные принципы рубрик и подрубрик: по алфавиту, цифровой, по размеру. Типы

		многостраничной рекламы. Особенности клубной рекламы. Виды вкладываемой рекламы. Значение почтовой рассылки. Специфика зональной рекламы. Реклама в приложениях. Тематические приложения. Региональные приложения. Электронные приложения. , Значение психологии и ее законов для разработки рекламных продуктов для средств без обратной связи. Общие закономерности разработки текстов и подбора иллюстраций для рекламы в печатных СМИ. Общие характеристики методов и подходов создания печатных рекламных продуктов. Общие характеристики приемов вёрстки, композиции, дизайна рекламы для печатных СМИ. Гештальт, баланс, контраст, гармония, пропорция, ритм, 4R дизайна. Виды приемов подачи материалов Сущность текста для рекламы в прессе. Основные характеристики элементов текста. Принципы работы с текстом во время создания рекламного продукта для печатных СМИ. Сущность иллюстративных материалов для печатной рекламы. Психотехнология иллюстрации. , Специфика создания и размещения в прессе материалов для банковской и страховой рекламы. Особенности текстов для банковской и страховой рекламы. Особенности иллюстраций для банковской и страховой рекламы. Региональный опыт банковской и страховой рекламы в прессе. Специфика создания и размещения материалов (текстов и иллюстраций) для автомобильной рекламы в прессе. Мужское/женское начало в автомобильной рекламе. Тенденции развития автомобильной рекламы в прессе. Региональный опыт автомобильной рекламы в прессе. Специфика создания и размещения в прессе материалов (текстов и иллюстраций) для рекламы «мужских», «женских» товаров и услуг. Гендерные и психологические особенности печатной рекламы «мужских» и «женских» товаров и услуг. Общая характеристика развития печатной рекламы «мужских», «женских» товаров и услуг. Региональный опыт печатной рекламы «мужских», «женских» товаров и услуг. Специфика создания и размещения в прессе рекламы туризма и отдыха. Основная тематика печатной рекламы туризма и отдыха. Мотивация и УТП печатной рекламы туризма. Региональный опыт печатной рекламы туризма и отдыха. Специфика создания и размещения в прессе рекламы недвижимости. Основные характеристики работы риэлтора при рекламировании недвижимости. Региональный опыт печатной рекламы недвижимости. Специфика создания и размещения в прессе рекламы бытовых и образовательных услуг. Характеристика текстов и иллюстраций рекламы бытовых и образовательных услуг. Региональный опыт рекламы бытовых и образовательных услуг. , Участники рекламного рынка, занимающиеся печатными СМИ. Издательский дом. Процесс организации рекламной деятельности: служба маркетинга, финансовая служба, редакция, служба распространения, типография. Рекламная служба. Организация деятельности рекламной службы. Методы привлечения рекламодателей. Специфика деятельности рекламного агента. Правила и условия принятия объявления издательским домом. Маркетинговые материалы. Медиа-кит. , Характеристика факторов, влияющих на стоимость рекламы в прессе. Общие характеристики процесса медиапланирования. Элементы медиапланирования. Основные аспекты эффективного размещения рекламы в газетах и журналах. Принципы выбора рекламного средства для размещения печатной рекламы. Аспекты, влияющие на успех размещения рекламы в прессе. Принципы выбора оптимального места, времени, размера и количества рекламных публикаций в газете или журнале. Специфика планирования и проведения рекламной кампании в прессе. Особенности выявления ЦА для рекламной кампании в газетах и журналах. Предварительное изучение условий подачи и размещения рекламы в прессе. Специфика условий и требований к рекламным объявлениям в прессе. Способы подачи объявлений в печатные СМИ. Издательская политика и рыночное влияние. Издержки, прибыль. Общие характеристики стоимости отдельных рекламных услуг. Индивидуальные цены для разных клиентов. Система скидок, надбавок (наценок), комиссионных выплат. Характеристика видов и типов рекламодателей. , Общая характеристика правовых и этических норм размещения рекламы в печатных СМИ. Организации, контролирующие соблюдение законов при размещении рекламы в печатных СМИ. Международная и отечественная практика применения правовых и этических норм, их нарушения и ответственности за нарушения. , Пре-тесты и пост-тесты рекламы в печатных СМИ. Специфика разных способов тестирования рекламы в газетах и журналах. Фокус-группы, мозговой штурм. Цели тестирования до и после публикаций. Маркетинговые исследования по заказу рекламодателей **Форма контроля** Экзамен (устно)
Б2.00	**Практика**	

Б2.О.00	**Обязательная часть**	
Б2.О.01	Учебная практика	**Цели освоения дисциплины (модуля)** **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Практика.Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** **Содержание** **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б2.О.02	Профессионально-ознакомительная практика	**Цели прохождения практики** - обобщение и систематизация знаний и навыков работы студентов; формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, навыков использования научного и методического аппарата, полученного при теоретическом обучении, для решения комплексных задач; приобретение практических профессионально необходимых навыков самостоятельной работы по важнейшим направлениям деятельности студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" **Место практики в структуре образовательной программы** Практика.Обязательная часть.Учебная практика. **Требования к результатам прохождения практики** УК-8 способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций, ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, ОПК-2 способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности, ОПК-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, ОПК-6 способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, ОПК-7 способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности **Содержание** Информационный инструктаж: – подготовка к проведению научного исследования; – изучение обязанностей обучающегося. Ознакомление студентов с результатами научных исследований преподавателей кафедры и примерными темами исследований обучающихся. Определение объекта, цели и задачи практики по получению первичных профессиональных умений и навыков,

		в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности., Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" должен решать следующие задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности: Основные этапы разработки рекламной кампании: 1. Определение целей рекламной кампании. 2. Определение и изучение целевой аудитории рекламного воздействия. 3. Разработка бюджета рекламной кампании. 4. Выбор исполнителей. 5. Разработка рекламной идеи. 6. Создание рекламного обращения. 7. Выбор средств распространения рекламной информации. 8. Выбор графика проведения рекламной кампании. (составление медиаплана рекламной кампании). 9. Оценка эффективности рекламной кампании. , Обработка и анализ собранного материала.Обобщение полученных на практике результатов и оформление отчета по практике. **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б2.О.03	Производственная практика	**Цели освоения дисциплины (модуля)** **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Практика.Обязательная часть. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** **Содержание** **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б2.О.04	Преддипломная практика	**Цели прохождения практики** закрепление и расширение знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, путем практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений; формирование навыка применять знания и умения в профессиональной деятельности; углубление практических навыков исследовательской работы, завершение формирования необходимых общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавриата "Реклама и связи с общественностью", а также сбор и анализ материалов для подготовки выпускной квалификационной работы и апробация авторских рекомендаций. **Место практики в структуре образовательной программы** Практика.Обязательная часть.Производственная практика. **Требования к результатам прохождения практики**

		УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, УК-4 способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах), УК-5 способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, УК-6 способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, УК-7 способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, УК-8 способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций, ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, ОПК-2 способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах, ОПК-3 способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности, ОПК-5 способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, ОПК-6 способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, ОПК-7 способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, ПК УВ-1 Способен разрабатывать визуальные и мультимедийные медиапродукты, ПК УВ-2 Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, ПК УВ-3 Способен владеть навыками организации своей деятельности и деятельности фирмы, ПК УВ-4 Способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, ПК УВ-5 Способен проводить маркетинговые исследования, ПК УВ-6 Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, ПК УВ-7 способен создавать рекламные PR-тексты в средствах массовых коммуникаций **Содержание** , , , Ознакомление с программой практики. Информационный инструктаж: требования к оформлению отчетной документации по практике. Инструктаж по технике безопасности в период практики. Инструктаж по распорядку и режиму труда., Сбор и анализ коммуникационных материалов конкурентов. Разработка рекламных и PR-текстов в рамках плана коммуникационной кампании. , Обобщение результатов практики. Отбор и структурирование эмпирического материала и результатов практической деятельности. Самопроверка соответствия содержания отчета требованиям программы практики., Структура рекламной службы (или предприятия) и функциональные обязанности сотрудников. Место и роль структурного подразделения в структуре предприятия. Система подготовки и принятия решений. Должностные инструкции. Анализ организации деятельности структурного подразделения., Маркетинговая политика предприятия (цели, стратегия, тактики, целевые аудитории, конкуренты и т.п.). Коммуникативные цели, коммуникационная стратегия и тактика. Целевые аудитории. Коммуникационные материалы и их анализ., Выбор методов исследования. Разработка форм сбора информации. Сбор первичной информации. Анализ результатов и подготовка отчёта. Подготовка брифа на креатив. Разработка творческой идеи коммуникационной кампании. Выбор медиаканалов и медианосителей. Разработка плана коммуникационной кампании, Сбор и анализ визуальных и мультимедийных рекламных продуктов конкурентов. Разработка визуальных и мультимедийных медиапродуктов в рамках планируемой кампании.

		Форма контроля Зачет с оценкой
Б2.В.00	**Часть, формируемая участниками образовательных отношений**	
Б2.В.01	Производственная практика	**Цели освоения дисциплины (модуля)** **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Практика.Часть, формируемая участниками образовательных отношений. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** **Содержание** **Форма контроля** Зачет с оценкой
Б2.В.02	Профессионально-творческая практика	**Цели прохождения практики** закрепление и расширение знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, путем практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений; формирование навыка применять знания и умения в профессиональной деятельности; углубление практических навыков исследовательской работы, завершение формирования необходимых общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавриата "Реклама и связи с общественностью", а также сбор и анализ материалов для подготовки выпускной квалификационной работы и апробация авторских рекомендаций. **Место практики в структуре образовательной программы** Практика.Часть, формируемая участниками образовательных отношений.Производственная практика. **Требования к результатам прохождения практики** ПК УВ-1 Способен разрабатывать визуальные и мультимедийные медиапродукты, ПК УВ-2 Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, ПК УВ-3 Способен владеть навыками организации своей деятельности и деятельности фирмы, ПК УВ-4 Способен владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, ПК УВ-5 Способен проводить маркетинговые исследования, ПК УВ-6 Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, ПК УВ-7 способен создавать рекламные PR-тексты в средствах массовых коммуникаций **Содержание**

		, , , Ознакомление с программой практики. Информационный инструктаж: требования к оформлению отчетной документации по практике. Инструктаж по технике безопасности в период практики. Инструктаж по распорядку и режиму труда., Сбор и анализ коммуникационных материалов конкурентов. Разработка рекламных и PR-текстов в рамках плана коммуникационной кампании. , Обобщение результатов практики. Отбор и структурирование эмпирического материала и результатов практической деятельности. Самопроверка соответствия содержания отчета требованиям программы практики., Структура рекламной службы и функциональные обязанности сотрудников. Место и роль структурного подразделения в структуре предприятия. Система подготовки и принятия решений. Должностные инструкции., Выбор методов исследования. Разработка форм сбора информации. Сбор первичной информации. Анализ результатов и подготовка отчёта. Подготовка брифа на креатив. Разработка творческой идеи коммуникационной кампании. Выбор медиаканалов и медианосителей. Разработка плана коммуникационной кампании, Сбор и анализ визуальных и мультимедийных рекламных продуктов конкурентов. Разработка визуальных и мультимедийных медиапродуктов в рамках планируемой кампании. **Форма контроля** Зачет с оценкой
ФТД.00	**Факультативы**	
ФТД.01	Сервисная деятельность	**Цели освоения дисциплины (модуля)** приобретение обучающимися теоретических знаний о сервисной деятельности, сервисе, услугах, формах обслуживания и способах формирования новых услуг и прогрессивных методах обслуживания, обеспечивающих необходимый уровень торгового обслуживания. **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Факультативы. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** УК-3 способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде **Содержание** 1. Предмет, цели и задачи дисциплины «Сервисная деятельность». 2. Сущность сервисной деятельности. 3. Основные термины и определения в области сервиса. 4. Роль сферы услуг в современном обществе. Функции сферы услуг., 1. Классификация услуг. 2. Природа и основные характеристики услуг. 3. Изменение понятия «товар» с эволюцией отношений поставщика с потребителем 4. Разработка предложения услуг., 1. Законодательная база сервисной деятельности. 2. Основные права потребителей в сфере услуг. 3. Основные положения закона РФ «О защите прав потребителей», регулирующие сервисную деятельность. 4. Состав и структура НД, регулирующих сервисную деятельность., 1. Психология службы сервиса, понятие контактной зоны. 2. Психологические аспекты сервисной деятельности, необходимые для обеспечения уровня качества обслуживания. 3. Психология процесса обслуживания при совершении заказа. 4. Психологические принципы трудовой деятельности работников сервиса., 1. Понятие об этической культуре сервиса. 2. Формы коммуникации в сервисе. 3. Профессиональная этика работников сферы сервиса. 4. Культура общения работников с клиентами., 1. Модели поведения потребителей. 2. Формы поведения потребителей по волевым качествам, активности, настойчивости характера, скорости принятия решений.

		3. Процесс принятия решения о покупке, его основные этапы., 1. Восприятие и оценка потребителем качества услуги и обслуживания. 2. Качество обслуживания с точки зрения исполнителя. 3. Качество услуги и обслуживания с точки зрения потребителя. , 1. Сущность и значение конкурентоспособности услуг. 2. Факторы, определяющие конкурентоспособность услуг. 3. Методика оценки конкурентоспособности услуг., 1. Объективная необходимость управления качеством услуг. 2. Современная концепция менеджмента качества. TQM 3. Процессный подход в управлении качеством., 1. Особенности маркетинга в сфере услуг. 2. Эффективность сервисной деятельности в обеспечении маркетинга услуг. 3. Маркетинг «необыкновенных услуг. 4. Эффективная система маркетинга на малом предприятии сферы услуг. **Форма контроля** Зачет
ФТД.02	Технологии продаж	**Цели освоения дисциплины (модуля)** знакомство студентов с методами исследования рынка рекламного продукта и перспективами его развития, организацией продажи и продвижения рекламного продукта на основе современных технологий **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы** Факультативы. **Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)** ПК УВ-3 Способен владеть навыками организации своей деятельности и деятельности фирмы **Содержание** Рынок рекламного продукта: сущность, специфика, классификация, функции. Рекламный продукт. Составляющие рекламного продукта. Закономерности функционирования рынка рекламных услуг , Особенности формирования рекламного продукта в современной России. Рекламная услуга и рекламный продукт. Их взаимодействие. Фазы жизненного цикла рекламного продукта. , Систематизация потребительских мотиваций при покупке рекламного продукта. Этапы принятия решения о покупке рекламного продукта. Основные факторы потребительской мотивации. , Сущность и значение стратегического маркетингового планирования в продвижении рекламного продукта. Ситуационный анализ деятельности рекламного предприятия. Разработка, выбор и оценка альтернативных стратегий. Внутренний маркетинг в системе управления рекламными организациями: роль и инструменты реализации. , Цена в комплексе маркетинга рекламного предприятия. Внешние факторы ценообразования. Постановка целей ценообразования. Выбор метода ценообразования. Определение и реализация ценовой стратегии. , Формирование сбытовой стратегии. Каналы сбыта рекламного продукта.

		Выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними. , Стимулирование сбыта туристского продукта как средство воздействия на туристский рынок. Разработка программы стимулирования сбыта. Тестирование, реализация программы и анализ результатов стимулирования сбыта. , Сущность персональной продажи рекламного продукта. Подготовительный этап персональной продажи. Управление контактом с клиентом. Технология управления контактом в процессе персональной продажи рекламного продукта. Приемы воздействия на клиента в процессе персональной продажи рекламного продукта. Исследование потребностей клиента. , Стратегия создания и реализации рекламного продукта. Подходы в выборе исходного рекламного продукта. Изучение и анализ ресурсов при формировании рекламного продукта. Определение структуры рекламного продукта. Планирование себестоимости проектируемого рекламного продукта. Технология проектирования рекламного продукта: обоснование, нормативное регулирование, этапы проектирования , Цели презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этом этапе. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене рекламного продукта. , Каналы распределения рекламного продукта. Многоканальные системы сбыта. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Электронная коммерция в рекламном бизнесе. Выставочная деятельность рекламного предприятия. Прямой маркетинг. , Сущность телефонной коммуникации в рекламном бизнесе. Профессиональная этика работника рекламного агентства. Жалобы гостей и конфликты сними в рекламном агентстве. Речь как инструмент воздействия на клиента. Рекомендации по ведению телефонных переговоров. , Сущность элементов маркетинговых коммуникаций. Целевая аудитория маркетинговых коммуникаций. Разработка бюджета и анализ результатов маркетинговых коммуникаций в рекламном бизнесе. , Совершенствование процесса обслуживания клиентов. Эффективность реализации рекламного продукта. Эффективное управление ассортиментом рекламных услуг. Формирование продуктовой стратегии. Оптимизация структуры предлагаемых продуктов. **Форма контроля** Зачет