

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.01.01. ДЕЛОВЫЕ И НАУЧНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Цель дисциплины «Деловые и научные коммуникации» состоит в обеспечении овладения слушателями основами знаний в сфере деловых и научных коммуникаций.

Учебные задачи дисциплины

- усвоение сведений о сущности деловых и научных коммуникаций, их основных понятиях, нормах и принципах;
- овладение знаниями о практической реализации норм и ценностей делового общения в деловых отношениях;
- приобретение способности ориентироваться в деловых ситуациях, возникающих в ходе делового общения;
- усвоение норм нравственных отношений между коллегами, между сотрудниками и клиентами в процессе делового общения;
- формирование понятия этичности служебного поведения и поступков;
- усвоение требований делового этикета применительно к различным ситуациям в деловом общении;
- овладение знаниями о специфике научных коммуникаций и принципах их реализации в учебной и педагогической деятельности.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1.	Тема 1. Предмет и задачи дисциплины «Деловые и научные коммуникации».
2.	Тема 2. Этика деловых и научных коммуникаций.
3.	Тема 3. Личность в деловых и научных коммуникациях.
4.	Тема 4. Деловые и научные коммуникации в организациях.
5.	Тема 5. Публичное выступление в деловой и научной коммуникации
6.	Тема 6. Структура деловых коммуникаций.
7.	Тема 7. Виртуальные коммуникации
Итого	
	Зачет
	Всего по дисциплине: 72 часа

Формы контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.01.02. ТЕХНОЛОГИИ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины:

Цель дисциплины – формирование у магистров теоретических знаний по современным системам управления, а также практических навыков по проектированию систем управления и использованию технологий эффективного менеджмента.

Учебные задачи дисциплины

- Освоить технологии эффективной системы управления бизнесом
- Научить строить модели систем управления бизнесом
- Изучить принципы конструирования бизнес-архитектур
- Освоить технологии разработки стратегии развития бизнес-системы
- Научить моделировать системы управления бизнес-процессами
- Обеспечить понимание проектирования организационной структуры управления бизнес-системой
- Сформировать понимание значения системы мотивации на основе интегрированной модели показателей оценки функционирования бизнес-системы
- Исследовать SMART-панели владельцев бизнес-системы.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
	Технологии эффективной системы управления бизнесом. Модели систем управления бизнесом.
	Конструирование бизнес-архитектуры.
	Технологии разработки стратегии развития бизнес-системы
4.	Моделирование системы управления бизнес-процессами. Проектирование организационной структуры управления бизнес-системой
5.	Формирование системы мотивации на основе интегрированной модели показателей оценки функционирования бизнес-системы
6.	Разработка SMART-панели владельцев бизнес-системы
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 часа.	

Форма контроля – зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЕЛОВОГО
И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ для подготовки магистров
По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Иностранный язык делового и профессионального общения» является практическое овладение английским языком как средством делового и профессионального общения в устной и письменной формах. Курс нацелен на повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения профессиональных задач, а также для дальнейшего самообразования

Учебные задачи дисциплины

1. *в говорении* – умение вести аргументированную дискуссию с деловым партнером, поддержать беседу на заданную тему; презентовать материал в устной форме;

2. *в письме* – умение вести деловую переписку (e-mail, доклад, отчет о работе компаний с описанием тенденций их развития, представленными графически; официальное письмо, претензия);

3. *в чтении и переводе* – умение читать тексты с полным пониманием содержания, выстраивать отдельные абзацы текста в логическом порядке, соотносить абзацы связанного текста с данными утверждениями, читать статьи профессионального содержания, перевести их и выделить основную идею;

4. *в аудировании* – умение понимать аутентичную речь (телефонные разговоры, реклама продукта, монологическая речь), сочетать аудирование с чтением (соотносить монологическую речь с информацией в письменной форме), выявлять необходимую информацию и использовать ее в видоизмененном контексте.

5. *владение навыками* пользования словарно-справочной литературой и Интернет ресурсами на иностранном языке;

6. *знание* национальной культуры, а также культуры ведения бизнеса стран изучаемого языка;

7. *умение* вести самостоятельный творческий поиск.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Персонал: служебные функции и должностные обязанности.
2.	Трудоустройство. Этапы оформления трудовых взаимоотношений.
3.	Деловые переговоры. Деловые встречи, собрания, поездки и конференции
4.	Организация продвижения товаров и услуг, брэндинг
5.	Новые технологии в презентации бизнес-идей (старт-ап проекты)
6.	Деловая документация: отчеты и предложения
7.	Субъектно-объектные отношения в рамках ведения бизнеса
Трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е. / 216 часов.	

Форма контроля – зачет в 1 семестре; экзамен во 2 семестре

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.03 ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ для подготовки магистров
По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Дизайн-мышление» является формирование у студентов системного мышления, позволяющего комплексно подходить к анализу, методологии и методике решения проблем инновационных преобразований на основе антропоцентричного подхода к социально-культурному, экономическому и организационному развитию.

Учебные задачи дисциплины:

- 1) выстраивание представления о специфике дизайн-мышления как междисциплинарной области исследований, об основных теориях и концептуальных подходах к дизайн-мышлению, о сферах применения его принципов;
- 2) изучение и переосмысление категориально-понятийного аппарата в контексте предметного поля дизайн-мышления;
- 3) освоение методики дизайн-мышления и обусловленного ею алгоритма действий при исследовании, моделировании и проектировании как управленческих процессах;
- 4) формирование навыка перебора альтернатив при постановке исследовательских задач, определении методов сбора и анализа данных в рамках проектирования организационных изменений, продуктов и услуг;
- 5) развитие умения организовывать и модерировать проблемные дискуссии с использованием инструментов дизайн-мышления;
- 6) овладение релевантными для методики дизайн-мышления инструментами коммуникационного взаимодействия.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины
1.	Тема 1. Введение в дизайн-мышление.
2.	Тема 2. Системный подход и методология дизайн-мышления.
3.	Тема 3. Социокультурный контекст и смысл дизайн-мышления.
4.	Тема 4. Проблема и дизайн исследования.
5.	Тема 5. Методика дизайн-мышления.
6.	Тема 6. Инструменты дизайн-мышления.
7.	Тема 7. Дизайн-мышление как стратегический принцип развития.
Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е./72 часа	

Форма контроля- зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.04 ЛИДЕРСТВО (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ) для подготовки магистров
По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с
общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Лидерство (продвинутый уровень)» является формирование компетентных специалистов, владеющих методологическими основами различных технологий лидерского позиционирования, способных применять усвоенные знания в профессиональной практике, деловом многопрофильном общении и в повседневной социокультурной коммуникации.

Учебные задачи дисциплины предполагают изучение:

- теорий эволюции лидерства, основанных на новых социокультурных парадигмах;
- новейших школ лидерства;
- процессов возникновения и функционирования лидеров и лидерских качеств, институционализации лидерства в условиях новой цифровой реальности;
- способов и технологий реализации роли лидера в проектной деятельности на различных уровнях;
- культурно-исторических типов социального неравенства и стратификации, горизонтальной и вертикальной социальной мобильности, через призму теории лидерства;
- механизмов возникновения лидерской позиции в новой среде постиндустриального типа.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины
1.	Тема 1. Профессиональное лидерство в структуре социальных взаимоотношений.
2.	Тема 2. Стили лидерства и их имплементация в профессиональной деятельности
3.	Тема 3. Проблемы реализации лидирующей позиции в узкопрофессиональной среде
Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е./72 часа	

Форма контроля- зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.05 КРОССКУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ для подготовки магистров
По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины:

Целью изучения дисциплины является формирование у магистрантов общих представлений о сущности и методах кросскультурного менеджмента, принципах и способах управления для более успешного осуществления профессиональной деятельности.

Учебные задачи дисциплины:

Задачами дисциплины являются:

- дать комплексное представление о возможностях эффективного управления в организациях с различными культурами и в международных компаниях;
- ознакомить с ключевыми проблемами кросскультурного менеджмента;
- повысить культуру психологического и управленческого мышления, а также уровень подготовки к будущей профессиональной деятельности.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Кросскультурный менеджмент: предмет, история и методы
2.	Кросскультурные проблемы международного менеджмента
3.	Управление персоналом в международных компаниях
4.	Кросскультурные коммуникации и навыки ведения переговоров
5.	Принятие решений и контроль
6.	Мотивация и стили лидерства в различных странах
Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. / 72 часа.	

Форма контроля – зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.06 СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью преподавания курса является ознакомление слушателей с понятиями, структурой, ключевыми вопросами и социально-психологическими технологиями. Она направлена на получение представлений слушателями об основных техниках, методах и приемах организации и проведения тренинга.

Учебные задачи дисциплины

- Задачами изучения дисциплины является ознакомление студентов с основными принципами и понятиями социально-психологического тренинга, его видами, методами диагностики, особенностями проведения тренингов

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Эволюция развития представлений о карьере.
2	Карьера. Типологии. Критерии успешной карьеры.
3	Проблема профессионального выбора.
4	Стратегии управления карьерой в организации.
5	Оценка эффективности управления карьерой в организации
6	Психологические технологии сопровождения карьерного роста работников
7	Сопровождение карьеры молодых специалистов
8	Сопровождение карьеры опытных специалистов.
	Всего по дисциплине: 72 ч

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.07 УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ)
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Формирование у студентов системы базовых знаний по теоретическим и практическим подходам к управлению проектами в профессиональной сфере, ознакомление с инструментами и методами управления проектами на всех этапах жизненного цикла проекта, начиная с инициализации проекта, планирования работ, организации и контроля, а также оценке влияния инвестиций на экономическую активность и эффективность производства в проектной деятельности организации.

- **Учебные задачи дисциплины**
- освоение знаний в области управления проектами;
- приобретение систематических знаний о закономерностях, правилах и процедурах в области управления проектами;
- изучение научных подходов и методов, используемых для повышения качества и эффективности в практической проектной деятельности
- исследовать теоретические и методологические основы разработки проектов и бизнес-планирования;
- изучить показатели эффективности инвестиционных проектов, приоритеты в оценках целесообразности инвестирования;
- сформировать у студентов навыки управления проектами в области профессиональной деятельности.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Теоретические основы управления проектом
2.	Организационные основы управления проектом
3.	Структура и технология разработки бизнес-плана проекта
4.	Подсистемы управления проекта
5.	Процессы управления проекта
6.	Управление ресурсами и поставками проекта
Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 часа.	

Форма контроля – экзамен

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.О.08 МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Основной целью дисциплины «Методология и методы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью» является изучение современных моделей и методов исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.

Учебные задачи дисциплины

- оснащение обучающихся знаниями, необходимыми для профессионального анализа, планирования и оценки исследований в сфере рекламы и связей с общественностью;

- оснащение обучающихся методами исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, необходимыми для реализации знаний в практической работе по рекламе и связям с общественностью.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Методология исследований в сфере рекламы и связях с общественностью.
2	Количественные методы исследования рекламы и связей с общественностью.
3	Качественные методы исследования рекламы и связей с общественностью.
4	Он-лайн исследования в рекламе и связях с общественностью.
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.09 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ПРИКЛАДНЫХ И НАУЧНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ для
подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Информационные системы для прикладных и научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью» является: получение целостного представления и практических навыков по целеполаганию научного или прикладного исследования, его подготовке и проведению, а также обработке, анализу, визуализации, оформлению и представлению полученных результатов на основе использования современных средств цифровых информационных технологий и систем.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- Научно-методический подход к проведению исследований в профессиональных областях знаний.
- Практические навыки ведения исследований в различных сферах деятельности.
- Работа с прикладным программным обеспечением для выполнения исследовательских задач.
- Приемы визуализации результатов исследований.
- Выработка системного подхода к оформлению результатов исследования.

Выработка навыков создания и проведения деловых презентаций, публичного представления и защиты результатов исследования.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Тема 1. Научные и прикладные исследования в цифровом обществе
2	Тема 2. Информационно-технологическое обеспечение научно-прикладной деятельности
3	Тема 3. Методы и технологии обработки результатов исследований
4	Тема 4. Документационное оформление результатов исследования
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.10. СОВРЕМЕННЫЕ МИРОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Современные мировые концепции бизнес-коммуникаций» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных современных концепциях бизнес-коммуникаций;
- оснащение магистрантов основными технологиями бизнес-коммуникаций, существующих в современной международной бизнес-практике.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к бизнес-коммуникациям;
- получение системного комплекса знаний о типологиях бизнес-коммуникаций, и их участниках;
- рассмотрение основных технологий бизнес-коммуникаций, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- изучение специфики региональных бизнес-коммуникаций;
- освоение этических аспектов бизнес-коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Основные подходы к разработке и реализации стратегий развития бизнеса
2	Основные парадигмы организации коммуникативной деятельности
3	Методологическая и методическая поддержка разработки, принятия и реализации коммуникативных решений
4	Мониторинг и контроль результатов коммуникативной деятельности
	Всего по дисциплине: 144 ч

Форма контроля – экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.11 МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ И PR-КОММУНИКАЦИИ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Международные рекламные и PR-коммуникации» является:

- формирование у студентов знаний об основных участниках, инфраструктуре и специфике функционирования международного рекламного рынка;
- об основных направлениях организации международных рекламных и PR бренд-коммуникаций;
- знакомство с основными технологиями подготовки и реализации рекламных и PR-бренд-коммуникаций на международном уровне.

Учебные задачи дисциплины

- изучение истории международных рекламных и PR-коммуникаций;
- изучение основных современных подходов к организации международных рекламных и PR-коммуникаций;
- получение системного комплекса знаний об участниках и содержании международных рекламных и PR-коммуникаций;
- рассмотрение основных технологий, применяемых в международных рекламных и PR-коммуникациях;
- освоение этических аспектов международных рекламных и PR-коммуникаций;
- практическое освоение основных технологий организации международных рекламных и PR-коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Международный рекламный бизнес и рынок рекламы и PR. Международные бренды.
2	Основные субъекты международного рынка рекламы и их взаимодействие
3	Специфика организации и проведения международных рекламных и PR-кампаний
4	Стандартизация и адаптация в международных рекламных и PR-коммуникаций
5	Особенности национальной рекламы и PR
6	Планирование международных рекламных и PR-коммуникаций
7	Оценка и контроль эффективности международных рекламных и PR-коммуникаций
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.О.12 ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИИ для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Внутрикорпоративные коммуникации в бизнес-организации» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных функциях внутрикорпоративных коммуникаций в сфере бизнеса;
- оснащение магистрантов технологиями создания системы внутрикорпоративных коммуникаций в бизнес-компаниях.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к пониманию внутрикорпоративных коммуникаций;
- получение системного комплекса знаний о современных направлениях внутрикорпоративных коммуникаций;
- рассмотрение основных технологий создания систем внутрикорпоративных коммуникаций, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение этических аспектов внутрикорпоративных коммуникаций;
- практическое освоение технологий создания системы внутрикорпоративных коммуникаций в бизнес-компаниях;
- получение обучающимися навыков организации внутрикорпоративных коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Методология создания системы внутрикорпоративных коммуникаций.
2	Технологии разработки системы внутрикорпоративных коммуникаций.
3	Технологии разработки внутрикорпоративных мероприятий.
4	Технологии разработки корпоративных изданий.
	Курсовая работа
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.О.13 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИИ для подготовки магистров
По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с
общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных подходах к организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в малом среднем и крупном бизнесе;
- оснащение магистрантов технологиями организации и оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организации;
- получение системного комплекса знаний о специфике организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнес-организациях, а также в компаниях , реализующих рекламные и PR услуги .
- рассмотрение основных технологий организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в бизнесе, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- практическое освоение технологий организации работы отдела рекламы и связей с общественностью с внутренними и внешними аудиториями;
- получение обучающимися навыков планирования оптимальной структуры отдела рекламы и связей с общественностью для бизнес-организаций разного типа.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Тема 1. Генезис содержания и форм организации рекламной деятельности и рекламного бизнеса.
2	Тема 2. Структура PR деятельности компании: содержание и основные направления.
3	Тема 3. Система финансового и правового обеспечения взаимодействия участников рынка рекламных и PR услуг. Отраслевые индустриальные стандарты
4	Тема 4. Организация взаимодействия компании со СМИ. Медиа-рилейшнз и информационная политика компании.
5	Тема 5. Организация взаимодействия компании с инвесторами. Инвестиционный PR (IR).
6	Тема 6. Организация коммуникации бизнеса с властью и общественностью.
7	Тема 7. Современные тенденции развития коммуникационной деятельности компании. Работа отделов рекламы и связей с общественностью в интернет-среде.
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.01 ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ И PR-КАМПАНИЙ В БИЗНЕСЕ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Организация рекламных и PR-кампаний в бизнесе» является:

- формирование у магистрантов знаний о специфике организации рекламных и PR-кампаний в малом, среднем и крупном бизнесе;
- оснащение магистрантов технологиями подготовки, реализации и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний в малом, среднем и крупном бизнесе.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к организации рекламных и PR-кампаний в малом, среднем и крупном бизнесе;
- получение системного комплекса знаний о современных направлениях рекламных и PR-кампаний в малом, среднем и крупном бизнесе;
- рассмотрение основных технологий подготовки к рекламным и PR-кампаниям, применяемых в отечественной и зарубежной бизнес-практике;
- освоение инновационных технологий проведения рекламных и PR-кампаний в малом, среднем и крупном бизнесе;
- практическое освоение методик оценки эффективности рекламных и PR-кампаний в малом, среднем и крупном бизнесе;
- получение обучающимися навыков подготовки и проведения рекламных и PR-кампаний в конкретных бизнес-структурах.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Специфика рекламных и PR-кампаний в малом, среднем и крупном бизнесе.
2	Организация рекламных и PR-кампаний в малом бизнесе
3	Организация рекламных и PR-кампаний в среднем бизнесе.
4	Организация рекламных и PR-кампаний в крупном бизнесе.
Всего по дисциплине: 108 ч	

Форма контроля – зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.02 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРЕСС-СЛУЖБЫ В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИИ для
подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Организация работы пресс-службы в бизнес-организации» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных подходах к организации работы пресс-службы в бизнес-организации и проведению пресс-мероприятий;
- оснащение магистрантов технологиями подготовки, реализации и оценки эффективности организации работы пресс-службы в бизнес-организации.

Учебные задачи дисциплины

- изучение истории организации работы пресс-службы в бизнес-организации;
- изучение основных современных подходов к организации работы пресс-службы в бизнес-организации;
- получение системного комплекса знаний о типологиях, участниках, содержании, этапах организации работы пресс-службы в бизнес-организации и методах оценки эффективности;
- рассмотрение основных технологий организации работы пресс-службы в бизнес-организации, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- изучение индивидуального подхода к разработке и проведению организации работы пресс-службы в бизнес-организации;
- освоение этических аспектов организации работы пресс-службы в бизнес-организации;
- практическое освоение технологий и техник организации работы пресс-службы в бизнес-организации, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков подготовки и ведения организации работы пресс-службы в бизнес-организации.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Становление и формирование системы российских пресс-служб.
2	Система современных российских пресс-служб. Специфика организации работы пресс-службы в бизнесе. Функции, задачи пресс-службы и ее структура.
3	Должностные обязанности пресс-секретаря. Правовое поле деятельности пресс-служб
4	Специфика организации работы пресс-службы со СМИ в малом, среднем и крупном бизнесе. Типология СМИ в работе пресс-службы.
5	Информационная и аналитическая функции пресс-службы бизнес-организации. Контроль информационного поля коммерческих структур.
6	Организация работы пресс-службы в малом, среднем и крупном бизнесе. Формы работы со СМИ.
7	Оценка эффективности и оптимизация работы пресс-службы в малом, среднем и крупном бизнесе.
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.03 ДИЗАЙН В БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ для подготовки магистров По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Дизайн в бизнес-коммуникациях» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных видах дизайна как средства коммуникации, дизайнерских стилях, течениях и направлениях.
- оснащение магистрантов технологиями работы с актуальными для бизнес-коммуникаций дизайнерскими программами.

Учебные задачи дисциплины

- изучение истории развития дизайна в бизнес коммуникациях;
- получение системного комплекса знаний о применении дизайна в современных бизнес-коммуникациях;
- рассмотрение основных дизайнерских программ, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение технологий разработки основных продуктов дизайна, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков разработки брифа, фирменного стиля, сайта и др.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Тема 1. История дизайна в бизнес коммуникациях
2	Тема 2. Техническое задание. Бриф.
3	Тема 3. Композиция в дизайне
4	Тема 4. Презентация
5	Тема 5. Логотип. Фирменный стиль. Брендбук.
6	Тема 6. Дизайн в подготовке и проведении специальных мероприятий
7	Тема 7. Рекламные материалы. Полиграфия.
8	Тема 8. Web дизайн в бизнес-коммуникациях
9	Тема 9. Дизайн корпоративного издания
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.04 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕССА для подготовки
магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Теория и практика переговорного процесса» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных подходах к организации и проведению переговорного процесса;
- оснащение магистрантов технологиями подготовки, реализации и оценки эффективности переговорного процесса в бизнес-коммуникациях.

Учебные задачи дисциплины

- изучение истории переговорного процесса;
- изучение основных современных подходов к переговорному процессу;
- получение системного комплекса знаний о типологиях, участниках, содержании, этапах переговорного процесса и методах оценки его эффективности;
- рассмотрение основных переговорных технологий, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- изучение индивидуального подхода к подготовке и проведению переговоров;
- освоение этических аспектов переговорного процесса;
- практическое освоение технологий и техник переговорного процесса, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков подготовки и ведения переговорного процесса.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Методология переговорного процесса
2	Технологии подготовки и ведения переговоров
3	"Человеческий фактор" в переговорном процессе.
4	Технологии ведения переговоров в стрессовых ситуациях
	Всего по дисциплине: 144 ч

Форма контроля – зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.05.01 АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Антикризисные коммуникации в бизнесе» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных подходах к организации антикризисных коммуникаций в бизнесе;

оснащение магистрантов основными антикризисными технологиями в бизнес-коммуникациях.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к организации антикризисных коммуникаций в бизнесе;
- получение системного комплекса знаний о типологиях кризисов, участниках антикризисных коммуникаций, их содержании и этапах;
- рассмотрение основных антикризисных технологий, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение этических аспектов антикризисных коммуникаций в бизнесе;
- практическое освоение антикризисных технологий и техник, актуальных для бизнес-коммуникаций;

получение обучающимися навыков организации антикризисных коммуникаций в бизнесе.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Тема 1. Основные подходы к анализу рисков и угроз имиджу и репутации предпринимательской структуры.
2	Тема 2. Основные парадигмы организации и управления антикризисными коммуникациями.
3	Тема 3. Методологическая и методическая поддержка разработки, принятия и реализации антикризисных коммуникаций.
4	Тема 4. Мониторинг и контроль результатов антикризисных коммуникаций
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.05.02 СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И СОЦИАЛЬНОЕ
ПАРТНЕРСТВО для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Социальная ответственность бизнеса и социальное партнерство» является:

- формирование у магистрантов знаний об основном содержании социальной ответственности бизнеса и основных направлениях социального партнерства в сфере бизнеса;
- оснащение магистрантов технологиями подготовки социальной отчетности и реализации социальных программ во внутрикорпоративных и внешних коммуникациях в сфере бизнеса.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к социальной ответственности бизнеса;
- изучение основных современных подходов к реализации социального партнерства в бизнесе;
- получение системного комплекса знаний о современных направлениях социальной ответственности и социального партнерства;
- рассмотрение основных технологий социальной ответственности и социального партнерства, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение основных моделей социального партнерства;
- практическое освоение методик подготовки отчетных документов по социальной ответственности, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков реализации социальных программ.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Методология социальной ответственности и социального партнерства в бизнес-коммуникациях.
2	Основные направления развития социальной ответственности бизнеса.
3	Основные направления развития социального партнерства бизнеса.
4	Социальная отчетность бизнеса.
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.05.03 МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПРОЕКТ "РАЗРАБОТКА АНТИКРИЗИСНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ" для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины Междисциплинарный проект «Разработка антикризисной социальной программы» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных подходах к организации антикризисных коммуникаций в бизнесе;
- оснащение магистрантов основными антикризисными технологиями в бизнес-коммуникациях.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к организации антикризисных коммуникаций в бизнесе;
- получение системного комплекса знаний о типологиях кризисов, участниках антикризисных коммуникаций, их содержании и этапах;
- рассмотрение основных антикризисных технологий, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение этических аспектов антикризисных коммуникаций в бизнесе;
- практическое освоение антикризисных технологий и техник, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков организации антикризисных коммуникаций в бизнесе.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Тема 1. Основные подходы к анализу рисков и угроз имиджу и репутации предпринимательской структуры.
2	Тема 2. Основные парадигмы организации и управления антикризисными коммуникациями.
3	Тема 3. Методологическая и методическая поддержка разработки, принятия и реализации антикризисных коммуникаций.
4	Тема 4. Мониторинг и контроль результатов антикризисных коммуникаций
	Всего по дисциплине: 72 ч

Форма контроля – защита курсового проекта.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 РАЗРАБОТКА PR-ТЕКСТА для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Основной целью дисциплины «Разработка PR-текста» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных видах PR-текстов;
- оснащение магистрантов навыками подготовки PR-текстов разной направленности, актуальных для установливания связей с общественностью бизнес-организации.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных видов PR-текстов;
- получение системного комплекса знаний о требованиях, предъявляемых к разработке PR-текстов в современной практике связей с общественностью в сфере бизнеса;
- рассмотрение основных PR-текстов, применяемых в отечественной и зарубежной бизнес-практике;
- практическое освоение приемов разработки PR-текстов, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков подготовки и размещения PR-текстов в СМИ.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Типология PR-текстов, актуальных для бизнес-коммуникаций
2	Подготовка PR-текстов для СМИ
3	Подготовка PR-текстов для организации специальных мероприятий
4	Подготовка PR-текстов для взаимодействия с партнерами
5	Спичрайтинг: правила написания речей
6	Гендерная специфика PR-текстов
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02. КОНСАЛТИНГ В БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Консалтинг в бизнес-коммуникациях» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных направлениях консалтинга в связях с общественностью в сфере бизнеса;
- оснащение магистрантов технологиями подготовки и реализации консультационных программ по внутрикорпоративным и внешним коммуникациям в сфере бизнеса.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к PR-консалтингу;
- получение системного комплекса знаний о современных направлениях PR-консалтинга;
- рассмотрение основных технологий подготовки к PR-консалтингу, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение этических аспектов PR-консалтинга;
- практическое освоение методик PR-консалтинга, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков подготовки и проведения PR-консалтинга.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Рынок консалтинговых услуг в сфере бизнес-коммуникаций.
2	Процесс коммуникационного консалтинга как разновидность управленческого консалтинга.
3	Правовые и финансовые аспекты консалтинговой деятельности в сфере бизнес-коммуникаций.
Всего по дисциплине: 108 ч	

Форма контроля – зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01 СОЗДАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В
БИЗНЕСЕ для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Создание коммуникационной инфраструктуры в бизнесе» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных подходах к созданию коммуникационной инфраструктуры организации, работающей в сфере бизнеса;
- оснащение магистрантов технологиями создания коммуникационной инфраструктуры организации малого, среднего и крупного бизнеса

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к созданию коммуникационной инфраструктуры бизнес-организации;
- получение системного комплекса знаний о современных направлениях развития коммуникационной инфраструктуры;
- рассмотрение основных технологий создания коммуникационной инфраструктуры бизнес-организации., применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- практическое освоение технологий создания коммуникационной инфраструктуры, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков разработки коммуникационной инфраструктуры бизнес-организации.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Методология создания коммуникационной инфраструктуры бизнес-организации.
2	Технологии подготовки к созданию коммуникационной инфраструктуры бизнес-организации.
3	Создание внутрикорпоративной коммуникационной инфраструктуры бизнес-организации.
4	Создание коммуникационной инфраструктуры для взаимодействия с внешними аудиториями бизнес-организации.
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины «Оценка эффективности бизнес-коммуникаций» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных подходах к оценке эффективности связей с общественностью, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- оснащение магистрантов методами оценки эффективности PR в бизнес-коммуникациях.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к оценке эффективности PR в бизнес-коммуникациях;
- получение системного комплекса знаний о методах оценки эффективности PR в бизнес-коммуникациях;
- рассмотрение основных моделей, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение этических аспектов оценки эффективности PR в бизнес-коммуникациях;
- практическое освоение методов оценки, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков оценки эффективности PR-проектов и кампаний.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Сущность, задачи и основные факторы определения эффективности связей с общественностью в бизнесе
2	<i>Проблемы оценки эффективности связей с общественностью в бизнесе</i>
3	Способы оценки эффективности PR-кампаний
4	Модели и методы для проведения исследований и оценки в деятельности по связям с общественностью
5	Определение коммуникационной эффективности PR-деятельности в бизнесе
6	Определение экономической эффективности PR-деятельности в бизнесе
7	Комплексная оценка эффективности PR-деятельности в бизнесе
8	PR-аудит
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – экзамен.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.01 ТВОРЧЕСТВО И ИННОВАЦИИ В БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ для
подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Творчество и инновации в бизнес-коммуникациях» является:

- формирование у магистрантов знаний об основных направлениях творческой и инновационной деятельности в связях с общественностью в сфере бизнеса;
- оснащение магистрантов технологиями подготовки и реализации творческих и инновационных программ по внутрикорпоративным и внешним коммуникациям в сфере бизнеса.

Учебные задачи дисциплины

- изучение основных современных подходов к творчеству и инновациям в коммуникациях;
- получение системного комплекса знаний о современных направлениях развития инноваций в PR-деятельности;
- рассмотрение основных творческих и инновационных технологий PR, применяемых в отечественной и зарубежной практике;
- освоение этических аспектов PR-творчества и инноваций;
- практическое освоение творческих и инновационных технологий PR, актуальных для бизнес-коммуникаций;
- получение обучающимися навыков подготовки и проведения PR-проектов с творческими и инновационными составляющими.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Творчество в бизнес-коммуникациях. Инновационные тренды в бизнес-коммуникациях.
2	Основные творческие и инновационные технологий PR, применяемые в отечественной и зарубежной практике
3	Этические аспекты PR-творчества и инноваций
4	Творчество и инновации в малом, среднем и крупном бизнесе.
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ для подготовки магистров
По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целью дисциплины «Информационный менеджмент» является получение слушателями целостного представления об основных идеях и методах информационного менеджмента.

Учебные задачи дисциплины

- Изучить понятия, связанные с ИМ.
- Понять структуру и задачи ИТ-службы компании.
- Научиться определять эффективность ИТ-решений.

Получить навык управления ИТ-отделом компании.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Формирование ИТ-инфраструктуры компании
2	Информационная система компании
3	Управление ИТ-проектами
4	Эффективность ИТ
5	Информационная безопасность
6	Управление информационными ресурсами
	Всего по дисциплине: 108 ч

Форма контроля – зачет с оценкой.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы производственной практики
Б2.О.02.01(П) НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА (НИР)
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цели научно-исследовательской работы

Целью научно-исследовательской работы является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской работы в области связей с общественностью в бизнес-коммуникациях в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта к уровню подготовки магистра по направлению 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью», программа – Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций.

2. Задачи научно-исследовательской работы

Задачи научно-исследовательской работы связаны с освоением методологии и методов научно-исследовательской работы в области связей с общественностью в бизнес-коммуникациях по следующим направлениям профессиональной деятельности:

• **Коммуникационная деятельность:**

Освоение методологии и методов исследований в области руководства проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

Освоение методологии и методов исследований в области формирования стратегий, определения целей, разработки программ и проведения коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий в бизнес-организации, контроля и оценки их эффективности;

Освоение методологии и методов исследований в области создания коммуникационной инфраструктуры, обеспечения внутренней и внешней коммуникации бизнес-организации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;

Освоение методологии и методов исследований в области организации внутреннего и внешнего коммуникационного аудита бизнес-организации, разработки стратегии и тактических планов, бюджетов.

• **Проектная деятельность:**

Освоение методов исследований в области разработки стратегических концепций и бизнес-планов PR-проектов бизнес-организации, исследований, направленных на оптимизации заданий на разработку бизнес-планов PR-проектов в бизнес-коммуникациях, а также изучения проблем в руководстве проектной деятельностью в связях с общественностью бизнес-субъектов.

• **Информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельность:**

Освоение технологий руководства подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области бизнес-коммуникаций;

Освоение методологии и методов прогнозно-аналитической работы в области связей с общественностью для бизнес-структур, в том числе оформления прогнозно-аналитической документации;

Освоение методологии и методов исследовательской работы в рамках подготовки к консультационной деятельности в области бизнес-коммуникаций.

• **Научно-исследовательская и педагогическая деятельность:**

Освоение методологии и методов исследовательской работы, направленной на выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений в области бизнес-коммуникаций;

Освоение технологий разработки концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе;

Освоение навыков определения состава и операционализации основных изучаемых переменных, определения гипотез их решения, подбора методик, планирования и организации исследований бизнес-коммуникаций, анализа и интерпретации их результатов;

Развитие умения подготовки научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований.

3. Содержание научно-исследовательской работы:

№ п/п	Наименование разделов / тем практики
1.	Подготовительный
2.	Производственный
3.	Аналитический
4.	Отчетный
Трудоемкость дисциплины составляет 9 з.е / 324 час.	

Форма контроля – зачет

АННОТАЦИЯ
рабочей программы производственной практики
Б2.О.02.02(П) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цели практики

Целями профессионально-творческой практики является подготовка обучающихся к выполнению функций специалиста по связям с общественностью в бизнес-структурах; создание условий для достижения профессиональной компетентности в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта к уровню подготовки магистра по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

2. Задачи практики

Задачами профессионально-творческой практики является:

- применение теоретических знаний по общенаучным и профессиональным дисциплинам, полученных в процессе обучения в магистратуре;
- закрепление практических навыков анализа коммуникативных задач и принятия управленческих решений;
- проверка степени готовности к самостоятельной профессиональной деятельности;
- получение навыков самоанализа в процессе реализации профессиональной деятельности.

3. Содержание профессионально-творческой практики:

№ п/п	Наименование разделов / тем практики
1.	Подготовительный
2.	Производственный
3.	Аналитический
4.	Отчетный
Трудоемкость составляет 22 з.е / 792 час.	

Формы контроля – зачет в 4 семестре, зачет с оценкой в 5 семестре

АННОТАЦИЯ
рабочей программы производственной практики
Б2.В.02.01(П) НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРАКТИКА
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цели научно-исследовательской практики

Целью научно-исследовательской практики является подготовка обучающихся к выполнению организационной и преподавательской работы в области связей с общественностью; создание условий для достижения профессиональной компетентности в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта к уровню подготовки магистра по направлению 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью», программа – Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций.

2. Задачи научно-исследовательской практики

К задачам научно-исследовательской практики можно отнести:

- применение теоретических знаний по общенаучным и профессиональным дисциплинам, полученных в процессе обучения в магистратуре;
- закрепление практических навыков организации профессиональной деятельности в области бизнес-коммуникаций;
- получение навыков подготовки и проведения учебных занятий по вопросам связей с общественностью в сфере бизнеса.

3.Содержание научно-исследовательской практики:

№ п/п	Наименование разделов / тем практики
1.	Подготовительный
2.	Производственный
3.	Аналитический
	Отчетный
Трудоемкость составляет 3 з.е / 108 часов.	

Форма контроля – зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ

рабочей программы производственной практики
Б2.В.02.02(Пд) ПРЕДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА для подготовки магистров
По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель преддипломной практики

Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности. Также целью преддипломной практики является расширение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, а также сбор и систематизация материалов для написания магистерской диссертации

2. Задачи преддипломной практики

Задачами преддипломной практики является:

- приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций;
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации;
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе;
- анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций.
- выявление и формулирование актуальных научных проблем в области связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- разработка методов и инструментов проведения исследований связей с общественностью и анализа их результатов:
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;

3. Содержание преддипломной практики:

№ п/п	Наименование разделов / тем практики
1.	Подготовительный
2.	Производственный
3.	Аналитический
4.	Отчетный
Трудоемкость составляет 6 з.е / 216 часов.	

Форма контроля – зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ
ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТЕСТАЦИИ
БЗ.Б.01. ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ
ПОДГОТОВКУ К ЗАЩИТЕ И ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Целью государственной итоговой аттестации (в дальнейшем – ГИА) является установление степени соответствия уровня качества подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки магистров 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций» и степени овладения выпускниками необходимыми компетенциями.

2. Задачи государственной итоговой аттестации: комплексная оценка уровня подготовки выпускников Университета, которая:

- строится с учетом изменений в содержании и организации профессиональной подготовки выпускников, описываемых в рамках деятельностной парадигмы образования;
- оценивает уровень сформированности у выпускника необходимых компетенций, степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками для профессиональной деятельности;
- учитывает возможность продолжения образования студентом на более высоких ступенях.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.01 ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Цель дисциплины «Профессиональное развитие личности» – состоит в обеспечении студентами магистратуры овладения слушателями знаний и навыков в области профессионального развития личности, необходимых для успешной профессиональной деятельности.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- усвоение сведений о профессиональном развитии и профессионализме;
- овладение знаниями о личности и ее профессиональном развитии;
- усвоение знаний о сущности профессиональной компетентности.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Профессионализм и основные направления профессионального развития личности
2	Социально-антропологические факторы профессионального развития личности
3	Организационно-трудовые факторы профессионального развития личности
4	Динамика профессионального развития личности
5	Мотивационные основы профессионального развития
6	Профессиональная деструкция личности
7	Профессиональное самоопределение личности
	Всего по дисциплине: 36 ч

Форма контроля – зачет.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.02. ОСНОВЫ ВТОРОГО ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА
для подготовки магистров

По направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность
Связи с общественностью в системе бизнес-коммуникаций

1. Цель дисциплины

Целями учебной дисциплины «Основы второго иностранного языка» являются:

Образовательные:

1.Овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, деятельности, а также для дальнейшего самообразования;

2.Повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию; развитие когнитивных и исследовательских умений;

Воспитательные:

3.Расширение кругозора студентов, повышение их общей культуры и образования, а также культуры мышления, повседневного общения;

4.Развитие информационной культуры, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям представителей разных стран и народов.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- Реализация основной цели обучения иностранному языку, что предполагает овладение комплексом языковых знаний и навыков, необходимых и достаточных для формирования речевых умений;

- Коммуникативная направленность курса закладывает основы для дальнейшего профессионально-ориентированного обучения, нацеленного на удовлетворение потребностей специалистов соответствующего профиля в иноязычной деятельности.

2. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем
1	Тема 1. Я и моя семья. Межличностные отношения. Друзья. Знакомство.
2	Тема 2. Моя профессия.
3	Тема 3. Работа сегодня.
	Всего по дисциплине: 216 ч

Форма контроля – зачет.