

Оглавление

История (история России, всеобщая история) – Б1.О.01	2
Философия – Б1.О.02.....	3
Иностранный язык – Б1.О.03.....	4
Безопасность жизнедеятельности – Б1.О.04.....	5
Проектная деятельность – Б1.О.05.....	6
Культурология – Б1.О.06.....	7
Правоведение – Б1.О.07.....	8
Физическая культура и спорт – Б1.О.08	9
Иностранный язык профессионального общения – Б1.О.09.....	10
Русский язык и культура речи – Б1.О.10	11
Экономика – Б1.О.11	12
Информатика и компьютерные технологии – Б1.О.12.....	13
Математика и статистика – Б1.О.13.....	14
Основы теории коммуникации – Б1.О.14	15
Социология – Б1.О.15.....	16
Теория и практика массовой информации – Б1.О.16	17
Основы менеджмента – Б1.О.17.....	18
Коммуникационный менеджмент – Б1.О.18.....	19
Основы маркетинга – Б1.О.19	20
Политология – Б1.О.20	21
Стилистика и риторика – Б1.О.21	22
Логика и теория аргументации – Б1.О.22	23
Анализ экономической деятельности организации – Б1.О.23	24
Профессиональная этика – Б1.О.24.....	25
История мировой литературы и искусства – Б1.О.25.....	26
Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью – Б1.О.26.....	27
Организация и проведение рекламных и PR-кампаний – Б1.Ч.01	28
Социальная реклама – Б1.Ч.02	29
Концепции современного дизайна в рекламе – Б1.Ч.03.....	30
История и стилевые характеристики дизайна – Б1.Ч.04	31
Организация работы отделов рекламы – Б1.Ч.05	32
Психология рекламы – Б1.Ч.06	33
Введение в профессию и терминология профессиональной деятельности – Б1.Ч.07	34
Дизайн и рекламные технологии – Б1.Ч.08	35
Конфликтология – Б1.Ч.09	36
Проектирование рекламного плаката – Б1.Ч.10	37
Проектирование фирменного стиля – Б1.Ч.11.....	38
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ – Б1.Ч.12.....	39
Брендинг – Б1.Ч.13.....	40
Инфографика и генеративный дизайн – Б1.Ч.14	41
Информационный дизайн и медиа – Б1.Ч.15.....	42
Web-дизайн – Б1.Ч.16.....	43
Визуальные коммуникации – Б1.Ч.17.01.01	44
Фотография и фотографика – Б1.Ч.17.01.02	45
Эргономика – Б1.Ч.17.01.03	46
Элективные дисциплины по физической культуре и спорту – Б1.Ч.18.....	47
Основы медиапланирования – Б4.Ч.01	48
Имиджмейкинг – Б4.Ч.02	49

История (история России, всеобщая история) – Б1.О.01

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	1 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	1 семестр
Лекции	4 ч	1 семестр
Практические занятия	8 ч	1 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	132 ч	1 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	1 семестр

Цель дисциплины: изучение закономерностей и особенностей исторического прошлого человечества на основе систематизированных знаний об истории России и всеобщей истории, места и роли России в мировом историческом процессе; формирование у обучающихся способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом контексте, анализировать современное состояние общества на основе знания истории.

Основные разделы дисциплины: История как наука. Основы методологии историографии и методики исторической науки. Особенности создания и развития Древнерусского государства: Западная Европа, Византия, Золотая Орда (IX– первая половина XV вв.). Московская Русь во второй половине XV - XVI вв.: между Западом и Востоком. Московское царство XVII в. в контексте развития европейской цивилизации. Российская империя XVIII в. и процессы европейской модернизации российского общества. Российская империя и мир в XIX в.: продолжение политики модернизации и сохранение национальной идентичности. Российская империя-СССР и мир в XX в. Современная Россия и мировой сообщество в начале XXI в. Всеобщая история.

Философия – Б1.О.02

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	5 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	5 семестр
Лекции	8 ч	5 семестр
Практические занятия	12 ч	5 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	5 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	5 семестр

Цель дисциплины: формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, об 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.

Основные разделы дисциплины: Предмет философии Философия, мировоззрение, культура. Структура философского знания. Становление философии. Онтология. Сознание и познание. Сознание, самосознание и личность. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Проблема истины. Действительность, мышление, логика и язык. Научное и ненаучное знание. Критерии научности. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Человек, общество, культура. Человек и природа. Общество и его структура. Гражданское общество и государство. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Философия культуры. Человек в системе социальных связей. Человек и исторические процесс; личность и массы, свобода и необходимость. Смысл человеческого бытия. Насилие и ненасилие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода личности. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Иностранный язык – Б1.О.03

Трудоемкость в зачетных единицах:	17 з.е.	1,2,3,4 семестры
Часов (всего) по учебному плану:	612 ч	1,2,3,4 семестры
Лекции	-	-
Практические занятия	120 ч	1,2,3,4 семестры
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	492 ч	1,2,3,4 семестры
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачеты	0 ч	1,2,3 семестры
Экзамен	36 ч	4 семестр

Цель дисциплины: владение различными видами речевой деятельности (чтение, письмо, говорение, аудирование) на иностранном языке с учетом уровней иноязычной коммуникативной компетенции (в зависимости от исходного уровня иноязычной коммуникативной компетентности студентов); корректное использование в речи разнообразных речевых структур (лексических, грамматических) и коммуникативных стратегий; способность композиционно корректно и логично выразить свои мысли и мнения в межличностном общении на иностранном языке, владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию иноязычной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способность работать в команде.

Основные разделы дисциплины: Типы предложений. Конструкции with the verbs “to be”, « to have/have got». Система английских грамматических времен. The English verb Continuous Tense forms. Means of expressing future actions. Образование и случаи употребления. Adjectives Конструкция «There is/are», Pronouns SOME, ANY. Ordinal Numerals. The English verb. Indefinite tense forms. (Past Tense). Adverbs MUCH, ITTLE. The English verb. Perfect Tense forms. Образование и случаи употребления. Perfect Tense forms and Indefinite tense forms (compared); Adjectives Other/Another. Модальные глаголы. Modal verbs. CAN, MUST, MAY. Means for expressing Future Actions (Continuous Tense forms, Future Simple). Reported speech. Degrees of Comparison of Adjectives and Adverb; Compounds SOME, ANY. No. The English verb Continuous Tense forms. (Past Tense); Other (as a noun). Equivalentents of Modal verbs. The Present Perfect Continuous Tense forms. The Past Perfect Continuous Tense. Согласование времен. Sequence of Tenses. Образование и случаи употребления.

Устные темы: 1. English-Speaking Countries. Устная тема. 2. Russian Federation. Устная тема. 3. Education. Устная тема. 4. Personalities. Устная тема. 5. Literature Устная тема. 6. The World I Live in Устная тема.

Безопасность жизнедеятельности – Б1.О.04

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	7 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	7 семестр
Лекции	8 ч	7 семестр
Практические занятия	8 ч	7 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	92 ч	7 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	7 семестр

Цель дисциплины: Целью изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную 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.

Основные разделы дисциплины: Введение в безопасность. Основные понятия и определения. Человек и техносфера. Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания. Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Психофизиологические и эргономические основы безопасности. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации. Управление безопасностью жизнедеятельности.

Проектная деятельность – Б1.О.05

Трудоемкость в зачетных единицах:	2 з.е.	1 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	72 ч	1 семестр
Лекции	4 ч	1 семестр
Практические занятия	8 ч	1 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	60 ч	1 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	1 семестр

Цель дисциплины: формирование способности управлять своим временем, выстраивать траекторию саморазвития, определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.

Основные разделы дисциплины: Раздел 1 Основы управления проектами и стратегии их реализации. Введение в проектную деятельность. Обеспечение проектной деятельности. Организация проектной деятельности для решения профессиональных задач. Подготовка к защите проекта.

Раздел 2 Тайм-менеджмент. Понятие тайм-менеджмента. Приоритетные задачи управления временем. Принцип 80/20. Лучевая диаграмма. Личные приоритеты. Цель и призванные обеспечить ее достижения задачи и шаги. Структура рабочего времени. Затраты рабочего времени. Методы определения затрат рабочего времени. Хронометраж, калибровка. Определение структуры рабочего времени. Основные области появления «пожирателей времени». Определение резервов времени. Принципы и методы планирования рабочего времени (метод «Альпы», планирование рабочего дня по Франклину, жестко-гибкий алгоритм планирования рабочего времени, «plan-chart», график Гантта, сетевое планирование для комплексных задач). Делегирование полномочий. Факторы делегирования полномочий. Материализация делегирования. Типичные барьеры делегирования полномочий. Обучение управлению временем. Инструктирование персонала, организация рабочего места. Мониторинг, оценка и подведение итогов. Средства и организация обучению временем. Правила планирования в начале рабочего дня, в середине рабочего дня и в завершении рабочего дня. Правила эффективного использования времени. Компьютерный тайм-менеджмент. Внедрение новых методов управления.

Культурология – Б1.О.06

Трудоемкость в зачетных единицах:	2 з.е.	4 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	72 ч	4 семестр
Лекции	16 ч	4 семестр
Практические занятия	16 ч	4 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	40 ч	4 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	4 семестр

Цель дисциплины: знакомство с современными научными представлениями о культурно-историческом процессе, а также о наличии большого спектра культурных традиций, во многом определяющих разнообразие уклада жизни и социальных контактов современности, что призвано способствовать формированию навыков предвидения культурных тенденций завтрашнего дня, пониманию значимости конвенционализма и достойного социального диалога.

Основные разделы дисциплины: Культурология как наука. Понятие культуры. Система культуры. Язык культуры. Культура как знаково-символическая система. Динамика культуры. Типология культуры. Полифония мировой культуры. Мир культуры и культурные миры. Доминанты культурного развития России. Россия в диалоге культур.

Правоведение – Б1.О.07

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	5 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	5 семестр
Лекции	8 ч	5 семестр
Практические занятия	16 ч	5 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	84 ч	5 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	5 семестр

Цель дисциплины: формирование системы знаний, умений и навыков в области теории государства и права и основ российского законодательства, формирование целостного представления о процессах правового регулирования связей с общественностью и рекламы в России и мировой практике; формирование правовой культуры.

Основные разделы дисциплины: Основы права. Основные законодательные акты, регулирующие отношения в коммуникационной деятельности. Информационное право. Правовые основы управления информацией. Основные юридические понятия информационной сферы. Общие и специальные требования к соблюдению федеральных законов «О рекламе», «О средствах массовой информации». Проблема юридического определения связей с общественностью. Правовые аспекты взаимодействия субъектов рекламной и PR-деятельности с исполнительными органами власти в процессе изготовления и размещения рекламного продукта. Отношения со СМИ в правовом поле. Связи с общественностью в политике: право и выборы. Защита репутации юридическими средствами. Авторское право в маркетинговых коммуникациях. Государственный контроль и саморегулирование в области коммуникационной деятельности. Контрреклама и ответственность за ненадлежащую рекламу. Ответственность за нарушение законов Российской Федерации в сфере информационно-коммуникационной деятельности. Международные правовые акты информационно-коммуникационной деятельности. Антикоррупционное законодательство.

Физическая культура и спорт – Б1.О.08

Трудоемкость в зачетных единицах:	2 з.е.	1,2 семестры
Часов (всего) по учебному плану:	72 ч	1,2 семестры
Лекции	-	-
Практические занятия	28 ч	1,2 семестры
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	44 ч	1,2 семестры
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачеты	0 ч	1,2 семестры

Цель дисциплины: формирование способности поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины: Социальная роль физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности. Научно-биологические и практические основы физической культуры и здорового образа жизни. Мотивационно-ценностное отношение к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Система практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре. Общая и профессионально-прикладная физическая подготовленность, определяющая психофизическую готовность к будущей профессии. Творческое использование физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей.

Иностранный язык профессионального общения – Б1.О.09

Трудоемкость в зачетных единицах:	11 з.е.	5,6,7 семестры
Часов (всего) по учебному плану:	396 ч	5,6,7 семестры
Лекции	-	-
Практические занятия	96 ч	5,6,7 семестры
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	300 ч	5,6,7 семестры
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачеты	0 ч	5,6 семестры
Экзамен	36 ч.	7 семестр

Цель дисциплины: освоение знаний о рекламе и маркетинге и о том, как они понимаются в англо-саксонском мире, изучение иноязычных структур и моделей, используемых в описании базовых понятий менеджмента и маркетинга, случаев из практики (case study), в ролевых играх и дискуссиях и при создании текстов и документов в сфере профессионального общения.

Основные разделы дисциплины: Keys to management. Business and management: Discussion, reading, translation, summarising, communication skills development, language study, listening, role play, case study, writing (letters, memos, advertisements, sales reports, a CV) on the topics: The manager's role; Scientific management; The quality of working life; What is business? Decision making; Top management; Goal-setting; Management; The management of time; Motivation; Advertising; Business letter-writing.

Advertising in English: Vocabulary study, glossary study, listening, reading, translation, comprehension, talking (discussion), writing on the topics: Advertising: Introduction. Image. Retail. Agencies Activities. Understanding Why People Choose One Product Over Another and New Ways of Advertising. Publicity and Public Relations. Elements of Direct Marketing. Direct response Advertising. Press, Radio, Television Advertising.

Presentation: Advertising a product / business / service, etc.

Русский язык и культура речи – Б1.О.10

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	1 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	1 семестр
Лекции	-	-
Практические занятия	8 ч	1 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	100 ч	1 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	1 семестр

Цель дисциплины: формирование умения аргументировано и ясно строить свою устную и письменную речь; повышение уровня практического владения современным русским литературным языком в различных сферах его функционирования.

Основные разделы дисциплины: Предмет, цели и задачи дисциплины «Русский язык и культура речи». Языковая норма. Основные единицы общения. Орфоэпические нормы русского литературного языка. Акцентологические нормы русского языка. Морфологические нормы русского языка. Части речи. Невербальные средства коммуникации. Культура речи. Стилистика: официально-деловой стиль, научный стиль. Язык рекламы. Стилистика словосочетания стиль, публицистический и предложения. Лексическая сочетаемость. Порядок слов в предложении. Ораторское мастерство. Публичное выступление

Экономика – Б1.О.11

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	2 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	2 семестр
Лекции	4 ч	2 семестр
Практические занятия	8 ч	2 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	96 ч	2 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	2 семестр

Цель дисциплины: развитие знаний и умений анализировать актуальные проблемы экономики, изучение предмета, методов экономической теории, школ экономического анализа, основ микроэкономики и макроэкономики.

Основные разделы дисциплины: Введение в экономическую теорию: место и роль человека в экономике, представление об экономической теории как науке, ее предмете и методе, важнейшие направления и школы экономического анализа. Микроэкономика: общая характеристика рыночного механизма, принципы потребительского поведения, теории фирмы и организационные формы бизнеса, проблемы управления конкурентными и монопольными фирмами на товарных и ресурсных рынках. Макроэкономика: анализ причин колебания экономической активности, закономерности изменения цен и их влияние на занятость населения и экономический рост, государственное регулирование рыночной экономики, способы и инструменты, используемые государством в целях стабилизации народного хозяйства и стимулирования устойчивого роста.

Информатика и компьютерные технологии – Б1.О.12

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	2 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	2 семестр
Лекции	-	-
Практические занятия	12 ч	2 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	168 ч	2 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	2 семестр

Цель дисциплины: приобретение базовых знаний и навыков в области информатики и современных компьютерных технологий, формирование информационной культуры, адекватной современному уровню и перспективам развития информационных процессов и систем и практических навыков и умений использования компьютера и программного обеспечения.

Основные разделы дисциплины: Предмет, метод и содержание курса, его взаимосвязь с другими дисциплинами. Основные понятия информатики. Историческая справка о возникновении и развитии информатики и средств вычислительной техники. Виды представления информации, характеристики информации. Измерение информации. Основные положения концепции информатизации общества. Прикладные информационные технологии. Алгоритмы. Блок-схемы. Принципы общего устройства ЭВМ (Джон фон Нейман). Поколения электронно-вычислительных машин (ЭВМ). Персональные ЭВМ (ПЭВМ). Архитектура ПЭВМ и назначение основных узлов и блоков. Принципы их работы, основные характеристики. Микропроцессоры. Виды памяти. Накопители информации. Периферийные устройства. Средства мультимедиа. Перспективы развития средств вычислительной техники. Структура программного обеспечения. Системное программное обеспечение. Состав и назначение операционных систем (ОС) – DOS, Microsoft Windows. Операционные оболочки. Сервисные системы. Инструментальные системы. Языки программирования. Прикладное программное обеспечение. Операционная система Windows. Графический редактор Paint. Текстовый процессор Microsoft word. Табличный процессор Microsoft Excel. База данных Microsoft Access. Power Point. Вирусы и антивирусные программы. Архивирование файлов. Мультимедийные технологии Цель дисциплины, формируемые компетенции: приобретение.

Математика и статистика – Б1.О.13

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	3 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	3 семестр
Лекции	-	-
Практические занятия	16 ч	3 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	128 ч	3 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	3 семестр

Цель дисциплины: освоение основных понятий и методов математики и статистики; формирование базы, на основе которой строится общеобразовательная и специальная подготовка; развитие логического и алгоритмического мышления; выработка умения проведения математического анализа задач PR и рекламы.

Основные разделы дисциплины: введение в дискретную математику; элементы теории множеств; векторная алгебра; матрицы; элементы функционального анализа; вероятность и статистика; теория вероятностей; статистическое оценивание и проверка гипотез; параметрические и непараметрические методы; элементы дисперсионного анализа; статистические методы обработки экспериментальных данных.

Основы теории коммуникации – Б1.О.14

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	1 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	1 семестр
Лекции	8 ч	1 семестр
Практические занятия	8 ч	1 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	164 ч	1 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	1 семестр

Цель дисциплины: формирование комплексного представления о феноменологических и функциональных характеристиках социальной коммуникации, сущности и значении коммуникации в развитии современного общества, создание теоретико-методологического базиса для последующего изучения дисциплин профессионального цикла, развитие навыков общения, умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые коммуникации.

Основные разделы дисциплины: теория коммуникации как наука и учебная дисциплина; концепции и модели современной социальной коммуникации; виды, формы, уровни и средства коммуникации; виды профессионально ориентированной коммуникации; межкультурные коммуникации в современном обществе.

Социология – Б1.О.15

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	7 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	7 семестр
Лекции	8 ч	7 семестр
Практические занятия	12 ч	7 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	7 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	7 семестр

Цель дисциплины: овладение методами социологического анализа, усвоение базовых знаний в области социологии, которые послужили бы основанием для осмысления социальных процессов, протекающих в обществе, их источников и последствий.

Основные разделы дисциплины: Социально-философские предпосылки социологии как науки. Социологический проект О.Конта. Классические социологические теории. Современные социологические теории. Русская социологическая мысль. Общество и социальные институты. Мировая система и процессы глобализации. Социальные группы и общности. Виды общностей. Общность и личность. Малые группы и коллективы. Социальная организация. Социальные движения. Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Понятие социального статуса. Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества. Культура как фактор социальных изменений. Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры. Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация. Личность как деятельный субъект. Социальные изменения. Социальные революции и реформы. Концепция социального прогресса. Методы социологического исследования.

Теория и практика массовой информации – Б1.О.16

Трудоемкость в зачетных единицах:	10 з.е.	3,4 семестры
Часов (всего) по учебному плану:	360 ч	3,4 семестры
Лекции	24 ч	3,4 семестры
Практические занятия	32 ч	3,4 семестры
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	304 ч	3,4 семестры
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	2 семестр
Экзамены	72 ч	3,4 семестры

Цель дисциплины: формирование начальных знаний и базовых представлений о профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, системного представления о современном состоянии рекламы и связей с общественностью: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объемах деятельности, роли новых медиа в современной практике рекламы и связей с общественностью.

Основные разделы дисциплины: Раздел 1. Понятие рекламы и связей с общественностью: понятие «связи с общественностью» и «реклама», функции рекламы и PR, принципы рекламы и PR, история зарубежной рекламы и зарубежного PR, история рекламы PR в России, правовое обеспечение рекламы и связей с общественностью, профессиональные требования к PR-специалисту и специалисту по рекламе, международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью, Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), рекламные продукты, тренды 2018-2019 гг. Раздел 2. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью и рекламы: связи с общественностью (PR) как информационно-коммуникативная деятельность, медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ, феномен новостей, информационный повод, виды PR-материалов, предназначенных для СМИ. Раздел 3. Технологии взаимодействия пресс-службы с целевыми аудиториями: мероприятия для журналистов, технологии подготовки публичных мероприятий, технология подготовки речей (спичрайтинг), медиарелейшенз в Интернете, виртуальные пресс-комнаты, работа с блогерами, оценка эффективности медиарилейшнз. Раздел 4. Внутрикорпоративный PR: организация внутрикорпоративных проектов и мероприятий, система внутренних коммуникаций, корпоративные издания, Интранет и социальные сети во внутрикорпоративных коммуникациях, организация внутрикорпоративных проектов и мероприятий, корпоративное издание: бриф, концепция, макет.

Основы менеджмента – Б1.О.17

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	3 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	3 семестр
Лекции	8 ч	3 семестр
Практические занятия	16 ч	3 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	156 ч	3 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	3 семестр

Цель дисциплины: формирование компетенции по вопросам теории и практики современного управления организацией, формирование представления о сущности, основных принципах и функциях менеджмента, изучение основ теории организации и управления персоналом.

Основные разделы дисциплины: Сущность, содержание, основные принципы и функции менеджмента; социокультурные различия в международных моделях менеджмента; интеграционные процессы в менеджменте; организационные отношения в системе менеджмента. Формы организации; мотивация деятельности; регулирование и контроль в системе управления; динамика групп и лидерство; руководство: власть и партнерство; стиль менеджмента; конфликтность; факторы эффективности. Процесс принятия управленческого решения. Моделирование ситуаций и процесс принятия решений. Информационное обеспечение менеджмента.

Теория организации и управление персоналом. Организация и социальная среда. Организация как система; типы организационных структур; взаимодействие членов организации. Корпоративная культура; этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.

Коммуникационный менеджмент – Б1.О.18

Трудоемкость в зачетных единицах:	9 з.е.	3,4 семестры
Часов (всего) по учебному плану:	324 ч	3,4 семестры
Лекции	24 ч	3,4 семестры
Практические занятия	24 ч	3,4 семестры
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	276 ч	3,4 семестры
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамены	72 ч	3,4 семестры

Цель дисциплины: формирование представления о современном коммуникационном менеджменте, изучение сферы применения коммуникационного менеджмента, овладение базовыми принципами и методами менеджмента коммуникаций, развитие умений и навыков использования технологий коммуникационного менеджмента при решении коммуникационных проблем российских организаций в различных сферах жизнедеятельности общества.

Основные разделы дисциплины: Содержание деятельности коммуникационного менеджмента, сфера его применения, специфика функций. Коммуникационный менеджмент как процесс: постановка цели; сбор, анализ и обработка управленческой информации; выявления альтернатив по решению целей. Планирование в сфере коммуникационного менеджмента. Организация работ по реализации стратегических и тактических планов в области коммуникативной политики, сбор и анализ информации по предварительным итогам работы по реализации планов, контроль результатов. Определение целевых аудиторий, выявление наиболее эффективных средств коммуникации с ними. Формирование бюджета для реализации коммуникативных тактик организации, оценка эффективности и результата по установлению. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе и приеме кадров и их адаптации. Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах. Коммуникационный менеджмент в формировании корпоративной культуры. Коммуникационный менеджмент в мезо-среде фирмы; во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления, в государственных организациях, в политических и общественных организациях. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Состояния и перспективы коммуникационного менеджмента в России, основные тенденции развития.

Основы маркетинга – Б1.О.19

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	6 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	6 семестр
Лекции	8 ч	6 семестр
Практические занятия	12 ч	6 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	6 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	6 семестр

Цель дисциплины: формирование представления о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на завоевание конкурентных позиций компанией на рынке посредством установления эффективных взаимоотношений производителя и потребителя, в также приобретение умений и навыков применения полученных знаний на практике.

Основные разделы дисциплины: основные понятия маркетинга; концепция маркетинга, маркетинговая среда организации; стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга; процесс управления маркетингом; маркетинговые исследования; система маркетинговой информации и методы ее сбора; товар и его коммерческие характеристики; управление ассортиментом; организация маркетинга на коммерческом предприятии.

Большой раздел дисциплины связан с изучением технологии разработки комплекса маркетинга; изучением вопросов, связанных с планированием, организацией и контролем маркетинговой деятельности предприятия; изучением реальной маркетинговой практики и освоение навыков конкретной маркетинговой работы.

Политология – Б1.О.20

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	2 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	2 семестр
Лекции	8 ч	2 семестр
Практические занятия	12 ч	2 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	88 ч	2 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	2 семестр

Цель дисциплины: политическая социализация, обеспечение политического аспекта подготовки высококвалифицированного работника на основе современных политических тенденций.

Основные разделы дисциплины: политология как наука, политическая власть, политическая система, политические партии и электоральные системы, политическая культура и политические коммуникации, теория государства, формы государств, политическая модернизация и демократизация, глобализация политических процессов и геополитика.

Стилистика и риторика – Б1.О.21

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	2 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	2 семестр
Лекции	4 ч	2 семестр
Практические занятия	12 ч	2 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	128 ч	2 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	2 семестр

Цель дисциплины: выработка навыков грамотного подбора слов, выбора нужных морфологических форм, навыков грамотного составления текстов и, при необходимости, их исправления, ознакомление с лингвистическими основами составления текстов некоторых жанров, составления синтаксически правильных предложений и композиции текста в целом, ознакомление с приемами редактирования, выработка речевых навыков, необходимых в дальнейшей повседневной и профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины: Основные понятия о языке и речи, видах речевой деятельности, невербальной коммуникации и их особенностях; композиционные особенности текстов разных типов и жанров; основные редакторские требования к текстам. Риторика как теория и искусство речи. Риторика и речевая культура человека информационной эпохи. Речь и коммуникационный акт. Деловая речевая коммуникация. Коммуникационный кодекс, принципы и правила.

Логика и теория аргументации – Б1.О.22

Трудоемкость в зачетных единицах:	2 з.е.	8 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	72 ч	8 семестр
Лекции	4 ч	8 семестр
Практические занятия	16 ч	8 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	52 ч	8 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	8 семестр

Цель дисциплины: формирование логического мышления, целостного представления о законах логики и познания, опираясь на которые предстоит осуществлять свою профессиональную деятельность.

Основные разделы дисциплины: Логика как наука, предмет и задачи логики. Формальная и математическая логика как наука о законах познания. Интуиционистская и многозначная логика. Модальная логика. Абсолютные и сравнительные модальности в логике. Определение и структура языка логики. Соотношение логических и грамматических категорий. Законы логики. Понятие как форма мышления, структура, виды понятий. Отношения между понятиями. Операции с понятиями. Суждение как форма мышления. Состав простого суждения и его виды. Сложное суждение и его виды. Умозаключение как форма мышления, его структура. Простой категорический силлогизм и его структура. Доказательство, его характеристика и структура. Формализация доказательств в исчислении высказываний. Эмпирические и дедуктивные доказательства. Логические выводы. Логика и «внелогические» элементы мышления. Доказательство и интуиция. Правила логического доказательства и ошибки, возможные при их нарушении. Классическая логика высказываний; пропозиционные связки; интерпретация и модели. Теория дедуктивных рассуждений. Силлогистика; семантика традиционной силлогистики; негативная силлогистика. Логические основы теории аргументации. Аргументация и формы научного мышления. Стратегия и тактика аргументации. Логика вопросов и ответов. Процесс аргументации и его способы. Порядок аргументации и основные виды аргументов. Понятие довода. Структура довода. Методы установления причинных зависимостей; аналогия; гипотеза. Связи с общественностью, логика и искусство убеждения. Роль аргументации и довода в деятельности специалистов по коммуникациям.

Анализ экономической деятельности организации – Б1.О.23

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	8 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	8 семестр
Лекции	12 ч	8 семестр
Практические занятия	16 ч	8 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	80 ч	8 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	8 семестр

Цель дисциплины: изучение теоретических и практических основ экономического анализа, формирование аналитического мышления, приобретение навыков в изучении сущности экономических явлений и процессов, их взаимозависимости.

Основные разделы дисциплины: Понятие, предмет и методы экономического анализа, экономический анализ как база принятия решений. Методика факторного анализа. Взаимосвязь управленческого и финансового анализа. Анализ производства и реализации продукции. Способы обработки экономической информации в анализе хозяйственной деятельности предприятий. Использование абсолютных, относительных и средних величин в анализе хозяйственной деятельности. Сравнение. Группировка. Балансовый способ. Методика факторного анализа. Сущность и задачи факторного анализа. Классификация факторов. Способы измерения влияния факторов в детерминированном анализе. Способ цепной подстановки. Индексный метод. Способ абсолютных разниц. Способ относительных разниц. Интегральный метод. Анализ производства и реализации продукции. Анализ объема и ассортимента продукции. Анализ структуры продукции. Анализ качества продукции. Анализ использования трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами. Анализ использования трудовых ресурсов. Анализ производительности труда.

Профессиональная этика – Б1.О.24

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	1 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	1 семестр
Лекции	4 ч	1 семестр
Практические занятия	8 ч	1 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	96 ч	1 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	1 семестр

Цель дисциплины: формирование системы знаний об истории развития профессиональной этики, ее основных категориях; осознанного отношения к гражданскому и служебному долгу; представления о способах разрешения нравственных конфликтных ситуаций и установки на безусловное соблюдение этических норм в профессиональной деятельности, а также формирование общекультурных и общепрофессиональных компетенций.

Основные разделы дисциплины: Профессиональная этика: предмет и задачи курса. Этика как наука и ее методологическая роль в изучении нравственных основ профессиональной деятельности. Нравственное содержание профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR. Исторические предпосылки возникновения и развития профессионально-этических основ рекламы и PR. Профессиональная этика специалиста по рекламе и PR: сущность, структура, приоритеты развития. Основные категории морали и их специфика в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR. Этика взаимоотношений в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR: сущность, содержание, механизмы регуляции. Культура мышления и речи специалиста по рекламе и PR. Моральные конфликты в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и PR. Деловой этикет: формы и нормы реализации в профессиональной деятельности.

История мировой литературы и искусства – Б1.О.25

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	3 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	3 семестр
Лекции	8 ч	3 семестр
Практические занятия	8 ч	3 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	128 ч	3 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	3 семестр

Цель дисциплины: теоретическое и практическое изучение достижений мирового искусства и литературы, закладывающее основы общекультурных и общепрофессиональных компетенций, составляющее базис реализации творческого потенциала специалиста в области социальных коммуникаций; обучение пониманию культурных кодов и символов человечества в их исторических модификациях; развитие представлений и выработка навыков воздействия на массовое и индивидуальное сознание посредством «смыслового фона», истоки которого кроются в мировой духовной культуре.

Основные разделы дисциплины: искусство как феномен культуры; культура и искусство Древнего Востока; античная литература и искусство; духовная культура эпохи средневековья (Византия, Западная Европа, Древняя Русь); Европейское Возрождение; Художественная культура и литература Нового времени; европеизация русской культуры; «золотой век» русской культуры; основные направления и тенденции развития зарубежного искусства XX века; новые жанры искусства в XX веке.

Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью – Б1.О.26

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	6 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	6 семестр
Лекции	-	
Практические занятия	16 ч	6 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	92 ч	6 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	6 семестр

Цель дисциплины: формирование базовых представлений о PR-тексте, его признаках, специфике и типах; освоение базовых жанровых моделей PR-текстов в связях с общественностью.

Основные разделы дисциплины: Исходные положения общей теории текста. PR-текст в системе публичных коммуникаций. Классификации PR-текстов. Жанровые характеристики PR-текстов. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. Базисные тексты PR, первичные PR-тексты и медиатексты, их характеристики. Методы оценки текстов. Информационные и оперативные документы в связях с общественностью.

Организация и проведение рекламных и PR-кампаний – Б1.Ч.01

Трудоемкость в зачетных единицах:	6 з.е.	9 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	216 ч	9 семестр
Лекции	16 ч	9 семестр
Практические занятия	32 ч	9 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	168 ч	9 семестр
Курсовые проекты (работы)	36 ч	9 семестр
Экзамен	36 ч	9 семестр

Цель дисциплины: формирование всестороннего представления о теоретических и методологических основах организации коммуникационных кампаний, навыках их планирования и реализации в различных сферах общественной жизни.

Основные разделы дисциплины: Понятие и общая характеристика коммуникационной кампании. Типы кампаний. Исследования при подготовке коммуникационных кампаний, соотношение PR, рекламы и маркетинговых коммуникаций. Стратегия кампании, ее представление заказчику. Творческий аспект стратегии. Планирование и бюджетирование коммуникационных кампаний. Этапы кампании и их практическая реализация. Мероприятия в рамках коммуникационных кампаний: их цели, задачи, ресурсы. Понятие целевой аудитории компании, виды и каналы их информирования. Организация взаимодействия со СМИ, информационное сопровождение кампании. Организация медиамероприятий. Особенности проведения коммуникационных кампаний в различных сферах деятельности. Федеральный и региональный уровень проведения кампаний: проблемы и перспективы. Проблема оценки эффективности кампаний, основные критерии оценки. Методика определения промежуточных и результирующих итогов компании.

Социальная реклама – Б1.Ч.02

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	7 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	7 семестр
Лекции	8 ч	7 семестр
Практические занятия	12 ч	7 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	7 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	36 ч	7 семестр

Цель дисциплины: формирование теоретических и практических знаний в области социальной рекламы; формирование базового уровня готовности к эффективной профессиональной деятельности в области социальной рекламы.

Основные разделы дисциплины: Предмет и задачи курса. Базовые понятия социальной рекламы. Социальная реклама: генезис, сущность, функции, классификация. История и современный этап развития социальной рекламы в США, Европе и России. Правовое регулирование и этическое саморегулирование социальной рекламы. Планирование социальной рекламной кампании. Проектирование социальной рекламы: вербальный компонент. Оценка эффективности социальной рекламы.

Концепции современного дизайна в рекламе – Б1.Ч.03

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	7 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	7 семестр
Лекции	8 ч	7 семестр
Практические занятия	12 ч	7 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	160 ч	7 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	7 семестр

Цель дисциплины: формирование знаний о тенденциях в развитии творческих концепций современного дизайна, применяемых в рекламной деятельности, приобретение практических навыков разработки вербальных и визуальных творческих концепций в дизайне рекламного обращения.

Основные разделы дисциплины: Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна. Реклама как профессиональная творческая деятельность. Базовые понятия рекламной деятельности. Рекламный продукт как результат реализации творческих, технологических, организационных разработок. Рекламные стратегии и создание рекламного продукта. Атрибуты рекламной продукции. Креативная концепция рекламного продукта. Структурные компоненты рекламного творчества. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная компания: сущность, организация, планирование. Начальный этап организации рекламной кампании. Рекламная кампания как системная деятельность. Механизмы построения рекламной коммуникации. Стереотипы в области рекламы. Реклама как семиотическая система. Семиотическая структура рекламной коммуникации. Семиотические аспекты создания рекламного образа. Рекламный текст: структура, организация, стиль. Взаимосвязь дизайна и рекламы.

История и стилевые характеристики дизайна – Б1.Ч.04

Трудоемкость в зачетных единицах:	7 з.е.	5 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	252 ч	5 семестр
Лекции	8 ч	5 семестр
Практические занятия	12 ч	5 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	232 ч	5 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	5 семестр

Цель дисциплины: формирование навыков использования достижений в сфере дизайна на основе знания исторических эпох его развития и стилей, а также навыков проведения анализа исторических объектов для целей дизайн-проектирования.

Основные разделы дисциплины: Введение. История дизайна – часть проектно-художественной деятельности. На заре технической цивилизации. Ремесленное производство в средние века. Предпосылки создания машинной техники. Эпоха промышленной революции в Европе. Научно-технические открытия и изобретения XVIII – XIX вв. Техника как искусство. Первые всемирные промышленные выставки. Первые теории дизайна: Годфрид Земпер, Джон Рескин, Уильям Моррис. Русская инженерная школа на рубеже XIX – XX вв. Поиск нового стиля в Европе. Модерн. Ранний американский функционализм. Чикагская архитектурная школа. Первые идеи функционализма в Европе. Германский Веркбунд («производственный союз»). Творчество в Советской России. Советский дизайн или «Производственное искусство». Архитектурно-художественная школа БАУХАУЗ (1919-1933 гг.). Педагогические принципы. Высшие художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС) и Высший художественно-технический институт (ВХУТЕИИ) (1920-1930). Современный дизайн в различных областях проектной деятельности. Роль истории дизайна в проведении предпроектного анализа при разработке дизайн-проектов.

Организация работы отделов рекламы – Б1.Ч.05

Трудоемкость в зачетных единицах:	6 з.е.	6 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	216 ч	6 семестр
Лекции	4 ч	6 семестр
Практические занятия	12 ч	6 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	200 ч	6 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	6 семестр

Цель дисциплины: знакомство с современными принципами организации работы отдела рекламы в бизнес-структуре, в некоммерческой общественной организации; изучение целей, задач, форм и методов работы отделов рекламы в структуре организации.

Основные разделы дисциплины: Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма и функции специалиста по рекламе. Функции корпоративной рекламы и PR. Планирование и программирование работы подразделения, ее место в разработке общекорпоративной стратегии. Принципы стратегического и тактического планирования деятельности отдела рекламы; способы формирования команды рекламного отдела; приемы и стратегии работы со СМИ; принципы формирования бюджета и планирования работы отдела. Система мероприятий при разрешении кризисов в организации (Crisis Management); принципы и методы оценки эффективности работы отдела рекламы.

Психология рекламы – Б1.Ч.06

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	9 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	9 семестр
Лекции	16 ч	9 семестр
Практические занятия	32 ч	9 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	96 ч	9 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	9 семестр

Цель дисциплины: формирование представления об основных законах психологии рекламы, ее ключевых направлениях, а также о психологических особенностях протекания рекламной коммуникации в современном обществе и ее актуальных проблемах.

Основные разделы дисциплины: Предмет, цели и задачи курса «Психология рекламы». Реклама как социально-психологическое явление. Основные теории, подходы и направления исследования в психологии рекламы и классические психологические концепции, лежащие в их основе. Сущность и виды рекламных коммуникаций. Особенности и функции рекламы как вида общения. Психологические модели личности как основа организации рекламных коммуникационных процессов. Закономерности психических познавательных, мотивационных и эмоциональных процессов аудитории в рекламе. Психологические воздействия и эффекты в рекламе. Виды психологического воздействия. Влияние, воспитание, обучение, убеждение и внушение, заражение и подражание, гипноз. Общение как система различных видов психологического воздействия (концепция А.Ю. Панасюка). Манипулятивные виды психологического воздействия. Эффективность психологического воздействия. Проблемы психологии журналистского творчества. Психологическая эффективность рекламной коммуникации.

Введение в профессию и терминология профессиональной деятельности – Б1.Ч.07

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	2 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	2 семестр
Лекции	8 ч	2 семестр
Практические занятия	12 ч	2 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	160 ч	2 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	2 семестр

Цель дисциплины: формирование представления о роли и рекламы в современном гражданском обществе и рыночной экономике, о важнейших этапах истории зарождения, становления и развития рекламы как профессии, научного знания и отрасли бизнеса; повышение уровня знаний понятийно-категориального аппарата, применяемого в практической сфере при разработке и производстве рекламной продукции, а также изучение семантики и семиотики рекламных текстов, ключевых терминов в области производства рекламных продуктов и методов генерации новых идей.

Основные разделы дисциплины: реклама как сфера жизнедеятельности общества. Реклама: становление и развитие. Реклама в контексте актуальных теорий общественного развития. Реклама как профессиональная деятельность. Специалист по рекламе: статусные характеристики. Принципы, классификация услуг, функции специалиста по рекламе. Профессиональные требования к специалисту по рекламе. Стандарты, сертификация и лицензирование деятельности. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов по рекламе. Регулирование деятельности в сфере рекламы. Терминология профессиональной деятельности как предмет изучения. Актуальные проблемы развития терминологии. Роль терминов в создании понятийного аппарата предметной области рекламной деятельности. Основные особенности рекламной коммуникации. Основные аспекты описания терминологии профессиональной деятельности. Современные словари рекламной лексики и глоссарии. Основные средства адаптации англоязычных терминов к российским условиям.

Дизайн и рекламные технологии – Б1.Ч.08

Трудоемкость в зачетных единицах:	2 з.е.	8 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	72 ч	8 семестр
Лекции	8 ч	8 семестр
Практические занятия	8 ч	8 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	56 ч	8 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	8 семестр

Цель дисциплины: освоение комплекса знаний в области дизайна и рекламных технологий, формирование навыков применения этих знаний в профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины: Дизайн, реклама и маркетинговый процесс. Основные теоретические сведения, необходимые для грамотного построения рисунка. Оформление композиции. Решение практических вопросов, связанных с дизайном печатной продукции. Виды рекламных роликов. Сценарий рекламного ролика. Постпродакшн. Механизмы воздействия и убеждения. Дизайн печатной рекламы. Творческая стратегия. Составляющие творческой стратегии. Творческая идея. Функции и значение внимания для различных рекламных средств. Трансформирующая реклама. Сотрудничество дизайнеров с рекламными агентствами. Бренд. Творческая сторона рекламы. Создание печатной рекламы. Газетная реклама. Реклама в журналах. Другие виды рекламы. Работа дизайнера с текстом печатной рекламы. Заголовки. Выделенный текст. Основной текст. Особенности дизайна печатной рекламы. Стили макета. Разработка макетов. Принципы дизайна печатной рекламы. Производство печатной рекламы. Шрифтовое оформление. Художественное оформление. Воспроизведение в цвете. Некоторые аспекты негативной рекламы. Основные ошибки в современной рекламе.

Конфликтология – Б1.Ч.09

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	6 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	6 семестр
Лекции	8 ч	6 семестр
Практические занятия	16 ч	6 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	84 ч	6 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	6 семестр

Цель дисциплины: формирование коммуникативных компетенций с целью подготовки к успешной профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины: Конфликтология, ее предмет и задачи, история становления как науки; формирование отечественной школы конфликтологии; природа социального конфликта; источники и причины его возникновения; позитивные и деструктивные функции; структурные элементы конфликта; процесс и динамика конфликта; проблема типологии конфликтов. Человеческий фактор в конфликте. Проблема эмоций и психологической несовместимости. Типы конфликтных личностей. Типичное поведение в конфликтной ситуации. Характеристика основных стилей: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество. Проблема коммуникаций в конфликтных ситуациях. Коммуникации как источник конфликта. Коммуникации как процесс с обратной связью. Механизм искажения информации. «Барьеры» коммуникаций. Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов. Институционализация конфликтов. Легитимизация конфликтов. Условия легитимности и институциональной процедуры. Структурирование конфликтующих групп. Анализ основных форм регулирования и разрешения конфликтов. Проблема предупреждения и предотвращения конфликтов.

Проектирование рекламного плаката – Б1.Ч.10

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	8 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	8 семестр
Лекции	16 ч	8 семестр
Практические занятия	16 ч	8 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	148 ч	8 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	8 семестр

Цель дисциплины: сформировать представление о поиске различных решений при создании рекламного плаката продукта, услуги, а также об использовании выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы, композиции, шрифтовой и художественной графике в рекламе, методах проектирования рекламного плаката.

Основные разделы дисциплины: Знак, символ, миф в рекламе. Факторы привлекательности рекламы в зависимости от ее средств. Изобразительные жанры рекламы. Жанр вывески. Современные технологии оформления витрин. Место рекламы и дизайна в искусстве. Основные направления дизайна. Основные виды дизайна. Разработать рекламный макет буклета, плаката, проспекта вашей специальности (проект макета рекламной продукции). Типологии объектов рекламного дизайна. Выполнение шрифтовой графической композиции, образно выражающей смысл текстового содержания фразы. Разработать концептуальное решение корпоративного стиля торгового предприятия (эскиз, письменное описание). Разработка словесного товарного знака и его графического начертания (логотипа) для торговой фирмы. Разработка фирменного стиля для торговой компании. Разработка фирменного наименования товарного знака. Разработка концептуального проекта информационно-графического рекламного комплекса (эскиз, письменное описание). Разработка изобразительного рекламного плаката (эскиз, описание работы). Разработка дизайн-проекта рекламного буклета (эскиз, описание работы). Разработка дизайн-проекта наружной рекламы.

Проектирование фирменного стиля – Б1.Ч.11

Трудоемкость в зачетных единицах:	9 з.е.	5,6 семестры
Часов (всего) по учебному плану:	324 ч	5,6 семестры
Лекции	8 ч	5,6 семестры
Практические занятия	28 ч	5,6 семестры
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	288 ч	5,6 семестры
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	5 семестр
Экзамен	36 ч	6 семестр

Цель дисциплины: формирование профессиональных компетенций в области рекламы и графического дизайна, закрепление знаний, умений и навыков в области содержания, структуры и принципов создания фирменного стиля.

Основные разделы дисциплины: Фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля. Деловая документация. Презентационные материалы. Реклама. Разработка основных элементов фирменного стиля – товарный знак, фирменный цвет, фирменный шрифт. Разработка деловой документации – бланк, конверт, приглашение, визитная карточка. Разработка презентационных материалов – этикетка, упаковка, буклет, календарь, флайер, пакет, CD. Разработка рекламы – в средствах массовой информации, в транспорте, в наружной рекламе, на телевидении.

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ – Б1.Ч.12

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	9 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	9 семестр
Лекции	-	-
Практические занятия	32 ч	9 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	112 ч	9 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	9 семестр

Цель дисциплины: знакомство с процессом организации и проведения социологических, маркетинговых, медиа исследований и ситуационного анализа. Дисциплина обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, содействует формированию глубоких знаний и практических навыков проведения широкого спектра исследований и ситуационного анализа в области связей с общественностью и рекламы.

Основные разделы дисциплины: Социологические, маркетинговые и медиа исследования в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе. Исследования как процесс. Типы и виды исследований. Цели, задачи, объекты и методы исследований. Разработка плана исследования. Основные этапы проведения исследований. Социологическая и маркетинговая информация: виды, источники, критерии выбора. Основные методы проведения исследований и методы анализа данных. Генеральная совокупность и проблема построения выборки в исследованиях. Определение необходимой информации; выбор метода сбора информации; выбор методов анализа данных. Ситуационный анализ. Основные методы ситуационного анализа. SWOT и STEP-анализ: сильные и слабые стороны организации, угрозы и возможности со стороны внешней среды; выявление основных стейкхолдеров организации; форсайт как современный метод прогнозирования поведения целевых групп общественности. Использование фокус-групп, мониторинг и контент-анализа в рекламе и связях с общественностью. Особенности исследования рынка и потребительского поведения. Основные методики оценки эффективности коммуникационных мероприятий.

Брендинг – Б1.Ч.13

Трудоемкость в зачетных единицах:	4 з.е.	7 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	144 ч	7 семестр
Лекции	8 ч	7 семестр
Практические занятия	12 ч	7 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	7 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	7 семестр

Цель дисциплины: формирование научных представлений о бренде и его потребителе, а также практических навыков создания бренда.

Основные разделы дисциплины: Предмет, цели и задачи дисциплины «Брендинг». Теоретико-методологические основы брендинга. Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда. Процесс создания бренда. Содержание и атрибуты бренда. Коммуникативные, семиотические и социально-психологические аспекты брендинга. Практика брендинга. Технологии брендинга. Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом. Корпоративные формы развития бренда. Правовые аспекты брендинга.

Инфографика и генеративный дизайн – Б1.Ч.14

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	8 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	8 семестр
Лекции	16 ч	8 семестр
Практические занятия	16 ч	8 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	148 ч	8 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	8 семестр

Цель дисциплины: формирование профессиональных знаний особенностей визуального восприятия различных типов и видов инфографики, а также получение практических навыков создания инфографики с помощью различных сервисов, овладение подходами к дизайну цифрового или физического продукта.

Основные разделы дисциплины: 1. История развития инфографики, особенности, значение, преимущества. 2. Законы восприятия. 3. Принципы создания инфографики. 4. Типы инфографики. 5. Виды инфографики. 6. Роль текстовой информации в инфографике. Шрифты, правила использования. 7. Роль цвета, колористика. Сервисы для подбора и генерации цветовых сочетаний. 8. Композиция, общие правила. 9. Эскизирование. 10. Видеоинфографика (понятие, примеры). 11. Интерактивная инфографика (понятие, примеры). 12. Анимированная инфографика (понятие, примеры). 13. Тренды в инфографике. 14. Аналитика, умение анализировать инфографические объекты. 15. Особенности выбора данных непосредственно для визуализации. 16. Способы создания инфографических объектов (программы, сервисы, готовые наборы, шаблоны). 17. Авторское право: источники изображений для инфографики, обзор ресурсов готовых изображений. 18. Этапы создания инфографики. 19. Генеративный дизайн: понятие и принципы. 20. Принципы дизайна цифрового продукта. 21. Принципы дизайна физического продукта. 22. Современные тенденции развития генеративного дизайна: состояние, направления. 23. Этические принципы деятельности специалиста сферы генеративного дизайна.

Информационный дизайн и медиа – Б1.Ч.15

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	10 (А) семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	10 (А) семестр
Лекции	28 ч	-
Практические занятия	28 ч	10 (А) семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	10 (А) семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	10 (А) семестр

Цель дисциплины: формирование компетенций и индивидуального творческого стиля в сфере визуальной репрезентации информации различных типов для создания эффективных медийных продуктов.

Основные разделы дисциплины: Основы рекламного дизайна. Векторная и растровая графика. Цветовые модели, цветовые контрасты. Графический редактор Photoshop. Разработка рекламного баннера. Графический редактор CorelDraw. Разработка логотипа. Разработка визитки. Разработка анимированного баннера. Инфографика как актуальный формат визуализации медиапродукта. Режиссура визуальной медиакommunikации. Визуальный сторителлинг: от скетча до data media art. Визуализация в мультимедийном проекте. Большие и открытые данные: особенности визуализации в медиа. Веб-дизайн.

Web-дизайн – Б1.Ч.16

Трудоемкость в зачетных единицах:	3 з.е.	5 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	108 ч	5 семестр
Лекции	4 ч	5 семестр
Практические занятия	12 ч	5 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	92 ч	5 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	5 семестр

Цель дисциплины: формирование навыков применения основных инструментальных средств для создания Web-сайта с использованием языка гипертекста и интегрированной среды Macromedia Flash – для создания интерактивной векторной анимации.

Основные разделы дисциплины:

1. Язык гипертекстовой разметки HTML. Основные понятия HTML. Структура HTML-документа. Форматирование текста. Разделители текста. Списки. Нумерованный и маркированный. Списки определений. Размещение графики. Создание и фоновое оформление главной Web-страницы. Использование таблиц. Анимация. Бегущая строка. Работа с гиперссылками. Создание страниц сайта. Оформление гиперссылок. Фреймы. Создание сайта с помощью языка HTML.

2. Программа ButtonStudio. Создание кнопок с помощью программы ButtonStudio. Импорт и вставка кнопки на Web-страницу.

3. Macromedia Flash MX. Окно программы Macromedia Flash MX. Панель инструментов и ее структура. Инструменты Черная стрелка и Модификатор. Копирование фрагментов изображения с одновременным искажением копии. Объединение изображений в группы. Инструменты и панели для рисования, изменения и удаления линий. Инструмент Перо. Техника рисования и редактирования кривых Безье. Цвет. Некоторые свойства и закономерности. Инструмент Ведро с краской. Текст и его роль в создании анимации. Гиперссылки. Создание пошаговой анимации. Перемещение, копирование и уничтожение кадров. Изменение очередности их следования. Структура анимационного фильма. Пример многослойного фильма с пошаговой анимацией. Анимация движения. Анимация формы. Метки формы. Архитектура образцов типа Button (кнопка). Направляющий слой и слой траектории. Маскируемый слой и слой-маска. Публикация фильма и экспорт его в графические форматы. Сохранение и просмотр опубликованных файлов. Создание анимированных клипов для своей Web-странички.

Визуальные коммуникации – Б1.Ч.17.01.01

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	10 (А) семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	10 (А) семестр
Лекции	28 ч	10 (А) семестр
Практические занятия	28 ч	10 (А) семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	10 (А) семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	10 (А) семестр

Цель дисциплины: формирования навыков применения различных средств построения эффективных визуальных коммуникаций в профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины: 1. Понятие типографики. Виды полиграфической продукции. Задачи типографики. История печати в аспекте типографики. Плакат. Внешнее оформление издания. Переплет и обложка. Авантитул, титул, шмуцтитул. Визитка, листовка. Брошюра, книга, журнал, газета. 2. Шрифт – основа полиграфического дизайна. Классификация шрифтов. Основные характеристики шрифта. Гарнитура, начертание, плотность, насыщенность, пропорции, контрастность, кегль, комплектность. Международная индексация шрифтов – PANOSE. Стандарты компьютерных шрифтов. Основные правила шрифтографии. 3. Принципиальный макет и проектирование издания. Пропорция как основа дизайна полиграфии. Формат издания. Стандартные и нестандартные форматы. Принцип поразворотного макетирования. Формат страницы и длина строки. Модульная сетка. Разработка модульной сетки. Макет книги и буклета разной сложности. 4. Основные правила верстки. Правила набора. Пробелы. Кавычки. Правила использования тире различных типов. 5. Различные приемы оформления текста. Работа с палитрой, меню, инструментом «Текст». Кегль. Интерлиньяж. Кернинг и трекинг. Оформление абзацев. Отступы и выключка. Отбивки. Создание и использование стилей в оформлении текста. Различные виды стихотворного набора. Обработка графических объектов. Операции, выполняемые с объектами. 6. Шрифтовой дизайн как самостоятельная область дизайна. Общие законы композиции в типографике. Динамика. Статика. Баланс. Ритм. Контраст. Традиции политипажа. Использование линий. Роль шрифта в создании образа. Принципы выбора шрифтов для оформления изданий разных типов. Дизайн документов различных типов. Газеты и информационные бюллетени. Брошюры. Рекламные объявления. Рекламный плакат и исторические стили. Шрифт – материал графики.

Фотография и фотографика – Б1.Ч.17.01.02

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	10 (А) семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	10 (А) семестр
Лекции	28 ч	10 (А) семестр
Практические занятия	28 ч	10 (А) семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	10 (А) семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	10 (А) семестр

Цель дисциплины: приобретение теоретических знаний и освоение практических приемов фотографии, нацеленных на формирование креативного мышления, необходимого для решения творческих задач в области визуальных коммуникаций.

Основные разделы дисциплины: Понятие фотографии. Фотографика как одна из важнейших дисциплин в формировании креативного мышления. Фотографика и современная визуальная культура. Задачи и выразительные средства фотографии. История фотографии. Фотографический авангард, его основные направления. Понятие светописи. Пикториализм. Мастера пикториального искусства. Эволюция фотографических технологий. Фотографическое оборудование. Фотокамеры: типы, устройство и принцип действия, приемы съемки. Режимы и настройки. Фотографический объектив: виды, устройство, свойства, уход. Фотокомпозиция: ее элементы и структура. Студийная съемка. Особенности портретной съемки. Скрытие недостатков моделей. Освещение. Виды источников света: естественные и искусственные, постепенные и импульсные. Отражатели и рассеиватели. Цифровая фотография, ее преимущества. Носители данных. Цифровое представление фотоизображений. Цветовые модели. Разрешение изображения. Форматы растровой графики. Возможности программы Adobe Photoshop для решения задач фотографии. Основные характеристики растровых изображений. Обработка и редактирование фотоизображений. Основные инструменты. Идея и поиск образа в фотографике. Понятие серии. Построение логических серий фотографических изображений. Формирование единого визуального образа. Области применения фотографии. Роль фотографии в проектировании объектов графического дизайна.

Эргономика – Б1.Ч.17.01.03

Трудоемкость в зачетных единицах:	5 з.е.	10 (А) семестр
Часов (всего) по учебному плану:	180 ч	10 (А) семестр
Лекции	28 ч	10 (А) семестр
Практические занятия	28 ч	10 (А) семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	124 ч	10 (А) семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Экзамен	36 ч	10 (А) семестр

Цель дисциплины: формирование навыков оптимизации материально-технических и эстетических условий труда, отдыха и быта, создания предметно-бытовой и предметно-пространственной среды человеческого обитания.

Основные разделы дисциплины: Тема 1. Этапы развития эргономики. История эргономических исследований. Тема 2. Основные понятия эргономики. Предмет «Основы эргономики среды». Цель эргономики. Объект исследования. Задачи эргономики. Эргономические требования. Тема 3. Факторы, определяющие эргономические требования. Тема 4. Влияние цвета и света на восприятие объектов в пространстве. «Человек-мера всех вещей». Понятие «антропометрия». Тема 5. Эргономическая программа проектирования дизайн-продукта. Примерное содержание программы. Цели. Альтернативы. Тема 6. Эргономические требования к визуальным объектам. Особенности восприятия человеком визуальных объектов на различном расстоянии. Тема 7. Эргономика восприятия средовых объектов и систем. Физиология зрения. Способы фиксации, регистрации движения глаз. Тема 8. Средства и системы визуальной информации. Комплексное «сквозное» решение элементов визуальной среды обитания. Визуальные слои. Тема 9. Эргономика и учебное проектирование. Проблемы мобильности, безопасности, комфортного освещения, благоустройства, информации. Контакт человека с эргономическими элементами в средовой системе. Средства эргономики в артикуляции средового восприятия. Экологические составляющие среды.

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту – Б1.Ч.18.

Трудоемкость в зачетных единицах:	328 часов	1,2,3,4,5,6 семестры
Часов (всего) по учебному плану:	328 часов	1,2,3,4,5,6 семестры
Лекции	-	-
Практические занятия	328 ч	1,2,3,4,5,6 семестры
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачеты	0 ч	1,2,3,4,5,6 семестры

Цель дисциплины: правильное использование методов физического воспитания и укрепления здоровья, готовность к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины: Практические занятия по секциям на выбор: общефизическая подготовка, легкая атлетика, плавание, волейбол, адаптивная физическая культура, баскетбол, футбол, фитнес-аэробика.

Основы медиапланирования – Б4.Ч.01

Трудоемкость в зачетных единицах:	2 з.е.	7 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	72 ч	7 семестр
Лекции	16 ч	7 семестр
Практические занятия	16 ч	7 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	40 ч	7 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	7 семестр

Цель дисциплины: изучение технологии медиапланирования, а также формирование базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.

Основные разделы дисциплины: Определение понятия «медиапланирование», его цели и задачи. Профессиограмма медиапланера. Основные этапы медиаланирования. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике. Программное обеспечение медиапланирования. Принципы отбора медианосителей. Характеристики и особенности основных каналов размещения: пресса, ТВ, радио, Internet, наружная реклама. Эффективность проведенной рекламной кампании с точки зрения медиапланирования.

Имиджмейкинг – Б4.Ч.02

Трудоемкость в зачетных единицах:	2 з.е.	7 семестр
Часов (всего) по учебному плану:	72 ч	7 семестр
Лекции	16 ч	7 семестр
Практические занятия	16 ч	7 семестр
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	40 ч	7 семестр
Курсовые проекты (работы)	-	-
Зачет	0 ч	7 семестр

Цель дисциплины: знакомство с основами имиджологии: историей имиджа, его современным трактованием, типологией, инструментарием, спецификой в различных сферах деятельности, формами реализации; а также в формировании профессиональных компетенций.

Основные разделы дисциплины: Теоретические основы имиджологии. Индивидуальный профессиональный имидж. Технологии формирования имиджа. Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации. Политический имиджмейкинг.