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
Психология – Б1.Ч.02 29
Социология массовых коммуникаций – Б1.Ч.03 30
Технологии гостиничной деятельности – Б1.Ч.04 31
Организация работы отделов рекламы в сфере гостиничного бизнеса и туризма – Б1.Ч.05 32
Психология делового общения в гостиничном бизнесе и туризме – Б1.Ч.06 33
Введение в профессию и терминология профессиональной деятельности – Б1.Ч.07 34
Коммуникации в связях с общественностью – Б1.Ч.08 35
Конфликтология – Б1.Ч.09 36
Связи с общественностью в кризисных ситуациях – Б1.Ч.10 37
Политические факторы в туристической деятельности – Б1.Ч.11 38
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ – Б1.Ч.12 39
Имиджмейкинг – Б1.Ч.13 40
География туризма – Б1.Ч.14 41
Основы медиапланирования – Б1.Ч.15 42
Пресс-служба – Б1.Ч.16 43
Социальная реклама – Б1.Ч.17.01 44
Территориальный брендинг – Б1.Ч.17.02 45
Digital-маркетинг – Б1.Ч.17.03 46
Элективные дициплины по физической культуре и спорту – Б1.Ч.18 47
История гостеприимства и туризма – Б4.Ч.01 48
Страноведение – 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). Equivalents 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. Контррреклама и ответственность за ненадлежащую рекламу. Антикоррупционное законодательство. Ответственность за нарушение законов Российской Федерации в сфере информационно-коммуникационной деятельности. Международные правовые акты информационно-коммуникационной деятельности.

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 менеджмета 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. Текстовой 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.**	**2 семестр**
Часов (всего) по учебному плану:	**144 ч**	**2 семестр**
Лекции	**-**	**-**
Практические занятия	**16 ч**	**2 семестр**
Лабораторные работы	**-**	**-**
Самостоятельная работа	**128 ч**	**2 семестр**
Курсовые проекты (работы)	**-**	**-**
Зачет	**0 ч**	**2 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 представления о сущности и значении массовой информации в развитии современного информационного общества, субъектах и объектах массовой информации, системных характеристиках современных СМИ, месте и роли массовой информации в практике рекламы и связей с общественностью.

Основные разделы дисциплины: Массовая информация и ее роль в современном мире; типология и социальные функции современных СМИ; рынок прессы России. Свобода СМИ и их социальная ответственность Журналистика России. Этапы развития отечественной журналистики. Теория и методика журналистского творчества. СМИ как организационно-технологический комплекс. Основные принципы организации и управления СМИ. Организация работы редакции. Позиционирование издания. Распространение издания. Оценка спроса. Стимулирование сбыта. Кредитование СМИ и государственные дотации. Технические средства массовых коммуникаций. Электронные СМИ. Телевидение и радио современной России. Методика создания телевизионных и радиопрограмм. Интернет-издания и их роль в формировании общественного мнения. Периодические издания электронных сетей. Конвергенция современных СМИ.

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.

Психология – Б1.Ч.02

Трудоемкость в зачетных единицах:	**6 з.е.**	**5 семестр**
Часов (всего) по учебному плану:	**216 ч**	**5 семестр**
Лекции	**8 ч**	**5 семестр**
Практические занятия	**12 ч**	**5 семестр**
Лабораторные работы	**-**	**-**
Самостоятельная работа	**196 ч**	**5 семестр**
Курсовые проекты (работы)	**-**	**-**
Экзамен	**36 ч**	**5 семестр**

Цель дисциплины: формирование представления об основных понятиях общей психологии, социальной психологии и развитие умения понимать других людей и разбираться в самом себе.

Основные разделы дисциплины: психология, ее предмет и место в науке; понятие психики и сознания человека, их функция и структура; представление о психических процессах, свойствах и состояниях человека, их виды и свойства; личность и ее социализация; группа как объект психологического исследования, динамические процессы в группах, взаимодействие и конфликты в группах; психология семейных отношений.

Социология массовых коммуникаций – Б1.Ч.03

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 представления о месте социологии массовых коммуникаций в системе социологического знания, знакомство с теоретико-методологическими основами исследования массовой коммуникации, формирование широкого представления о сущностных характеристиках массовой коммуникации, закономерностях, механизмах ее функционирования в современном обществе, рекламном и PR потенциале; формирование навыков социологического анализа массовой коммуникации.

Основные разделы дисциплины: социология массовых коммуникаций в системе социологического знания; субъектный аспект массово-коммуникативной деятельности; объект в системе массово-коммуникативной деятельности; функциональный аспект массовой коммуникации; реклама и связи с общественностью в системе массовой коммуникации; направления и методы исследования системы массовой коммуникации.

Большой раздел дисциплины посвящен изучению и практической отработке основных методик социологического исследования звеньев коммуникативного процесса – субъектов массовой коммуникации, медиатекстов, аудитории СМК.

Технологии гостиничной деятельности – Б1.Ч.04

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: знакомство с основными особенностями гостиничного бизнеса, необходимыми теоретическими и практическими знаниями, позволяющими эффективно проектировать деятельность гостиничных предприятий и управлять бизнесом.

Основные разделы дисциплины: Оценка факторов влияния на развитие индустрии гостиничных услуг. Виды гостиниц. Классификация гостиниц. Стандартная классификация размещения туристов, разработанная экспертами ВТО. Виды классификации. Современные тенденции развития предприятий средств размещения.

Гостиничные услуги – особенности и основные характеристики. Основные службы, которые предусмотрены для замкнутого технологического цикла обслуживания туристов в гостинице. Особенности организации деятельности службы эксплуатации номерного фонда. Цели и задачи службы. Состав службы. Кадровое обеспечение, основные функции.

Методика организации работы хозяйственной службы гостиничного предприятия, правила и приемы поведения в нестандартных ситуациях. Этапы технологии разработки и предоставления услуги. проведения маркетингового анализа предприятий индустрии гостеприимства.

Способы проектирования и организации работы службы проектирования технической службы. Ее основные функции и методы работы.

Организация работы отделов рекламы в сфере гостиничного бизнеса и туризма – 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 отделов рекламы в сфере гостиничного бизнеса и туризма, а также изучение целей, задач, форм и методов работы отделов рекламы в структуре гостиничной организации и туристической фирмы.

Основные разделы дисциплины: Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма и функции специалиста по рекламе и связям с общественностью. Функции корпоративной рекламы и PR. Планирование и программирование работы подразделения, его место в разработке общекорпоративной стратегии. Принципы стратегического и тактического планирования деятельности отдела рекламы в гостиничной и туристской сфере; способы формирования команды рекламного и PR-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 в гостиничном бизнесе и туризме.

Психология делового общения в гостиничном бизнесе и туризме – Б1.Ч.06

Трудоемкость в зачетных единицах:	**5 з.е.**	**9 семестр**
Часов (всего) по учебному плану:	**180 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 делового общения, их применении в системе гостиничного бизнеса и туризма, а также о психологических особенностях протекания рекламной коммуникации на современном рынке туристических услуг.

Основные разделы дисциплины: Предмет, цели и задачи курса. Деловое общение как социально-психологическое явление. Основные теории, подходы и направления исследования в психологии делового общения и классические психологические концепции, лежащие в их основе. Сущность и виды коммуникаций в индустрии туризма и гостиничного бизнеса. Психологические модели личности как основа организации коммуникационных процессов в гостиничном бизнесе и туризме. Закономерности психических познавательных, мотивационных и эмоциональных процессов аудитории в гостиничном и туристическом бизнесе. Психологические воздействия и эффекты. 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 делового общения. Психологическая эффективность коммуникации в гностичном бизнесе и туризме.

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

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

Коммуникации в связях с общественностью – Б1.Ч.08

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 комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки и практической реализации информационных проектов в публичной сфере. Предполагается овладение методиками определения эффективности усилий, направленных на гармонизацию отношений организации со своей общественностью.

Основные разделы дисциплины: Связи с общественностью: определения, структура, функции. Исторические особенности становления и развития индустрии PR. Общественность и общественное мнение. Организация и коммуникативное поведение PR-организации. Целевые и ключевые аудитории современной корпорации. Управление PR-проектами. Способы информационного взаимодействия в связях с общественностью. Правовое поле и профессиональная этика PR-деятельности. Имидж как фактор стратегического успеха фирмы. Моделирование корпоративного имиджа. Средства массовой коммуникации. Отношения с прессой. Медиа-аналитика и информационный аудит Кампания в СМИ. Особенности подготовки и проведения пресс-мероприятий PR в сети Интернет. Особенности связей с общественностью в государственных муниципальных структурах. Кризисные коммуникации. Методы профилактики кризисов в отношениях с общественностью и проблемное управление. Экономика связей с общественностью.

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.

Связи с общественностью в кризисных ситуациях – 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: получение комплекса знаний о связях с общественностью как механизме преодоления кризисов в политической, общественной и социально-экономической сферах; овладение навыками и умениями прогнозирования кризисов, планирования, управления и оценки эффективности коммуникационных процессов в ситуации кризиса, а также в овладении навыками использования PR-технологий для ликвидации последствий кризисных ситуаций.

Основные разделы дисциплины: Кризисы и их роль в политическом и социально-экономическом развитии общества. Понятие кризиса; типология кризисов. Причины возникновения кризисов. Кризисы в политике и сфере государственного управления. Причины и последствия кризисов государственного управления. Роль служб по связям с общественностью в разрешении кризисных ситуаций. Кризисы и конфликты в процессе функционирования организации. Сущность и содержание антикризисного управления. Стратегия и тактика в антикризисном управлении. Диагностика в антикризисном управлении. Антикризисная диагностика организации и ее окружения. Назначение и область деятельности PR-менеджера в антикризисном управлении. Кризисные коммуникации. Коммуникационное управление во время кризиса. Общая технологическая схема процесса кризисных коммуникаций и принципы рациональной организации кризисных коммуникаций. Коммуникации с покупателями и клиентами во время кризиса. Коммуникации со средствами массовой информации во время кризиса. Методы контроля кризисных коммуникаций. Коммуникационные технологии поддержания репутации и коррекции имиджа.

Политические факторы в туристической деятельности – Б1.Ч.11

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: формирование комплекса знаний для изучения деятельности политических факторов при работе в системе гостиничного и туристического бизнеса.

Основные разделы дисциплины: Государство, как регулятор туристического сектора. Национальные туристские организации (НТО), как правовые рычаги для поддержки своей инфраструктуры и международной политики. Пути влияния государства на туристическую сферу.

Государственные инструменты для управления спросом: маркетинг и продвижение, ценообразование и ограничение доступа.

«Эффективный маркетинг» при постановке цели, изучении рынка и продуктов туризма. Мероприятия по продвижению туризма, как составная часть маркетинга, проводимого государством. Рекомендации ВТО, направленные на создание качественного имиджа страны, основанного на ее привлекательных символических характеристиках.

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.

Имиджмейкинг – 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: знакомство с основами имиджелогии: 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 имиджелогии. Индивидуальный профессиональный имидж. Технологии формирования имиджа. Имидж и престиж в сфере связей с общественностью. Формирование имиджа организации. Политический имиджмейкинг.

География туризма – Б1.Ч.14

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

Цель дисциплины: изучение теоретических основ географии туризма в контексте комплексного анализа туристско-рекреационных ресурсов России и мира.

Основные разделы дисциплины: Пространственно-временная организация туризма, особенности формирования, функционирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем.

Современные тенденции в спросе на туристско-рекреационные услуги, характер их территориального проявления, новые формы организации отдыха и досуга, национальные и региональные особенности формирования и развития туристских рынков.

Факторы формирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем. Пространственные и временные закономерности в тенденциях развития рекреации и туризма в странах и регионах мира. Территориальные туристско-рекреационные системы, условия и факторы их формирования.

Основы медиапланирования – 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: 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.

Пресс-служба – 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: сформировать теоретические представления о современной пресс-службе, ее функциях и задачах в государственных органах власти, коммерческих и некоммерческих структурах, о формах и методы работы современной пресс-службы.

Основные разделы дисциплины:

Методологические и теоретические основы изучения социального феномена современной пресс-службы. История становления института пресс-службы в России. Глобализационные процессы и мировые тренды в современной пресс-службе. Структура и принципы организации современной пресс-службы. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью, политическими организациями. Функции пресс-секретаря. Современная практика работы и функции пресс-служб в органах государственной власти, местного самоуправления, в хозяйствующих субъектах и общественных организациях, в коммерческих структурах. Роль Российского информационного центра и Союза журналистов России в системе общественных связей. Практика организации и проведения аккредитации. Коммуникативные стратегии и информационные кампании по продвижению государственных стратегий пресс-службой. Организация медиарилейшз. Работа с ключевой и целевыми аудиториями. Проблема эффективности функционирования пресс-службы. Проблема транспарентности, свободы слова, информационной безопасности.

Социальная реклама – Б1.Ч.17.01

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: 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.

Территориальный брендинг – Б1.Ч.17.02

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: 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.

Digital-маркетинг – Б1.Ч.17.03

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: получить системное представление современной концепции Digital маркетинга, которая используется сегодня в ходе хозяйственной деятельности предприятий в целях решения маркетинговых задач, изучение основных разделов Digital маркетинга на уровне предприятия, приобретение знаний и навыков в области использования инструментов Digital маркетинга в профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины:

1. Обзор инструментов Интернет-маркетинга.
2. Разработка стратегии Интернет-маркетинга.
3. E-mail маркетинг.
4. Создание и оптимизация сайта.
5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа.
6. Управление проектами в веб-разработке.
7. Интернет-реклама.
8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.

Элективные дициплины 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.

.

История гостеприимства и туризма – 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: формирование профессиональной культуры в сфере гостиничного сервиса; готовности и способности личности использовать приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения эффективной деятельности в своей профессиональной сфере, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы туристического гостеприимства рассматриваются в качестве приоритета.

Основные разделы дисциплины: Понятия «туроператор» и «турагент». Роль туроператоров и турагентов в организации обслуживания туристов. Договор о реализации туристского продукта и туристская путевка.

Основные направления туроператорской деятельности. Функции туристских агентств. Лидеры туроператорского и турагентского бизнеса в России и за рубежом. Условия осуществления туроператорской деятельности согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Содержание информации о туристском продукте.

Страноведение – 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 современными научными представлениями в сфере страноведения, а также с конкретной исторической практикой возникновения и существования различных по своему масштабу и значимости туристских традиций разных стран.

Основные разделы дисциплины: экономико - и социально- географическими представления (знания) о современных особенностях, закономерностях и тенденциях развития туристических услуг в мире в целом и отдельных стран, а также их анализ рассматривая в типологическом и индивидуальном срезах.