АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Цели освоения дисциплины «Всеобщая история»: формирование у обучающихся фундаментальных знаний об основных этапах, содержании и закономерностях мирового исторического процесса, способности их анализировать и понимать основные проблемы, тенденции и направления в изучении всеобщей истории от первобытного общества до наших дней; создание представления о возможных путях использования приобретенных знаний и навыков, в том числе для формирования собственной гражданской позиции.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5; ОПК-3
Трудоемкость дисциплины	2 зачетные единицы, 72 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Всеобщая история как наука. Первобытная эпоха человечества Тема 2. История Древнего Мира Тема 3. Становление и развитие европейской средневековой цивилизации. Государства Востока в Средние века Тема 4. Основные тенденции развития всемирной истории в Новое время (конец XV–XVIII вв.) Тема 5. Европа и мир в XIX в. Тема 6. Новейшее время. Индустриальное общество в первой половине XX в. Тема 7. Становление постиндустриальной цивилизации во второй половине XX – начале XXI вв.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИСТОРИЯ РОССИИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Цели освоения дисциплины «История России»: формирование у обучающихся фундаментальных знаний об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней; усвоение обучающимися уроков отечественного опыта исторического развития в контексте мирового опыта и общецивилизационной перспективы; формирование способности анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5; ОПК-3
Трудоемкость дисциплины	2 зачетные единицы, 72 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Восточные славяне (VI – IX вв.). Древнерусское государство (IX – XII вв.). Русские земли в период раздробленности (XII – XIII вв.). Образование Российского централизованного государства (XV – XVI вв.) Тема 2. Россия в XVII в. Утверждение абсолютизма и становление Российской империи в XVIII в. Тема 3. Развитие России в первой половине XIX в. Буржуазные реформы второй половины XIX в. Особенности развития капитализма в России Тема 4. Российская империя в условиях модернизации (конец XIX в. – 1914 г.). Россия в условиях общенационального кризиса (1917 – 1920 гг.). Октябрьская революция 1917 г. Гражданская война и иностранная интервенция Тема 5. Советское государство в 1920 – 1930-е гг. Образование СССР Тема 6. Советский Союз в годы Второй мировой войны. Развитие СССР в послевоенный период (1945 – 1964 гг.) Тема 7. Советский Союз в 1964 – 1991 гг. Российская Федерация в конце XX – начале XXI вв.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Социология» являются: приобретение студентами знаний основных положений зарубежной и отечественной социологической мысли, социальных механизмов и регуляторов исторического развития общества, межкультурного разнообразия общества, формирование представлений о профессиональной деятельности, её значимости и социальной ответственности для общества, а также применение социологических знаний, умений, навыков для проведения социологических исследований при взаимодействии с государственными и коммерческими институтами для создания коммуникационных продуктов.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5; ОПК-2; ОПК-7
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Социология как наука об обществе. Социальные, экономические, политические факторы Тема 2. История становления и развития социологии (философский, исторический, этический контекст) Тема 3. Социальные институты и гражданское общество Тема 4. Культура в развитии общественной жизни. Межкультурное взаимодействие Тема 5. Социально-профессиональная деятельность специалиста по рекламе Тема 6 Программа социологического исследования. Исследование медиапродукта Тема 7 Специфика проведения социологического исследования. Профессиональная ответственность специалиста по рекламе и связям с общественностью в проведении социологических исследований
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» является формирование представления об основных направлениях коммуникационной деятельности, специфике профессии, освоение системы ключевых терминов и понятий, связанных с коммуникационной деятельностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6; ОПК-4; ОПК-5
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Концепция интегрированных коммуникаций Тема 2. Связи с общественностью как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности Тема 3. Профессиональные организации и ассоциации в связях с общественностью Тема 4. Планирование коммуникационной деятельности Тема 5. Взаимодействие со СМИ как направление PR-деятельности Тема 6. Виды PR-мероприятий Тема 7. Классификация PR-документов
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ЛОГИКА И ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» являются: формирование знаний студентов о специфике логического знания, об особенностях и свойствах мышления как особого вида человеческой деятельности;- приобретение умений и практических навыков логического анализа мыслительной деятельности (рефлексия своих и чужих мыслительных конструкций).
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; УК-4
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Предмет логики и ее основные законы Тема 2 Понятие как форма мышления Тема 3 Логическая характеристика суждения Тема 4 Сложные суждения Тема 5 Умозаключения . Тема 6 Понятие и виды гипотез. Теория Тема 7 Аргументация. Логико-практический характер аргументации.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	КУЛЬТУРОЛОГИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Культурология» являются: формирование у студентов теоретических знаний в области теории культуры и исторической культурологии для выработки мировоззренческой позиции и развития личности, а также приобретение умений и практических навыков культурного диалога, работы в коллективе на основе толерантности, способности воспринимать этнические, конфессиональные и культурные различия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Специфика культурологического знания. Понятие культуры Тема 2. Анатомия культуры Тема 3. Динамика социокультурного процесса Тема 4. Национальные особенности и традиции русской культуры Тема 5. Культура в современном мире
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Религиоведение» являются: формирование у студентов теоретических знаний в области теории и истории религии для выработки мировоззренческой позиции и развития личности, а также приобретение умений и практических навыков культурного диалога, работы в коллективе на основе толерантности, способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и конфессиональном контекстах.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет религиоведения. Основы теории религии. Тема 2. Происхождение религии и ее ранние формы. Тема 3. Религия в культуре древних цивилизаций. Тема 4. Мировые религии: буддизм. Тема 5. Мировые религии: христианство. Тема 6. Мировые религии: ислам. Тема 7. Религия в XXI веке. Новые рубежи духовной жизни человечества.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «История мировой литературы и искусства» является: освоение классических произведений мировой литературы и искусства, знакомство с основными тенденциями развития мирового художественного творчества, осознание взаимосвязи культуры Запада и Востока.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1,2 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5; ОПК-3
Трудоемкость дисциплины	7 зачетных единиц, 252 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	1 семестр Тема 1. Введение в курс мировой литературы и искусства Тема 2. Искусство Древнего мира Тема 3. Античное искусство Тема 4. Древнерусская литература и искусство 2 семестр Тема 5. Литература и искусство средневековья Тема 6. Западноевропейское искусство эпохи Возрождения Тема 7. Западноевропейское искусство XYII – XYIII веков Тема 8. Основные направления западноевропейского искусства конца XYIII -XIX веков Тема 9. Литература XIX века: романтизм. Тема 10. Литература XIX века: реализм. Тема 11. Русское искусство XVШ - первой половины XIX в. Тема 12. Русское искусство второй половины XIX в. Тема 13. Русское искусство конца XIX – начала XX века. Тема 14. Основные направления и тенденции развития зарубежного искусства XX века
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен (1,2 семестр), Курсовая работа(1 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Современный русский язык» являются: формирование универсальных и общекультурных компетенций в области современного русского языка, культуры речи и литературного редактирования на основе изучения теоретических основ, овладения нормами литературного языка и навыками редактирования текста.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1,2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4; ОПК-1
Трудоемкость дисциплины	7 зачетных единиц, 252 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	1 семестр Тема 1. Русский литературный язык: понятие, основные исторические этапы его становления. Тема 2. Культура речи, её нормативный, коммуникативный и этический аспекты. Проблемы речевой культуры в современном обществе Тема 3. Орфоэпические и акцентологические нормы современного русского литературного языка и их нарушение Тема 4. Лексические нормы современного русского литературного языка Тема 5. Морфологические нормы современного русского литературного языка, традиционные ошибки, вызванные их нарушением. Тема 6. Синтаксические нормы Тема 7. Этическая составляющая культуры речи Тема 8. Выразительность речи 2 семестр Тема 1. Стилистика как особая лингвистическая дисциплина Тема 2. Функциональные стили современного русского языка и их взаимодействие. Понятие разговорной речи и ее особенности. Тема 3. Научный стиль. Функционально-стилевая классификация научного стиля. Культура научной и профессиональной речи

Наименование дисциплины	СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК
	Тема 4. Официально-деловой стиль. Устные и письменные жанры официально-делового стиля Тема 5. Публицистический стиль. Особенности языка средств массовой информации Тема 6. Реклама в деловой речи. Жанры рекламы. Язык рекламы в публицистическом стиле и деловой речи. Тема 7. Художественный стиль. Художественная литература как высшая форма русского языка Тема 8. Стилистические нормы современного русского языка и их нарушение 3 семестр Тема 1. Литературное редактирование как учебная дисциплина Тема 2. Текст как предмет работы редактора Тема 3. Методика редакторского анализа и правки текста Тема 4. Логические основы редактирования текста Тема 5. Работа редактора над композицией произведения Тема 6. Работа редактора с фактической основой текста Тема 7. Способы изложения и виды текста Тема 8. Редакторская оценка описания и различных типов повествования Тема 9. Литературное редактирование рекламных и PR-текстов. Тема 10. Основные виды ошибок, нарушающих коммуникативную эффективность рекламных и PR-текстов.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет (1 семестр), Зачет с оценкой (2,3 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ФИЛОСОФИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Философия» являются освоение основных понятий и концептуальных моделей классической и современной философии; знакомство с актуальными проблемами новейшей философии
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5
Трудоемкость дисциплины	4 зачетные единицы, 144 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Философия, ее предмет и место в культуре Тема 2 Античная философия Тема 3 Философия Средневековья и эпохи Возрождения Тема 4 Философия Нового времени Тема 5 Отечественная философия Тема 6 Современная философия Тема 7 Философская онтология Тема 8 Сознание как предмет философии Тема 9 Теория познания Тема 10 Философия и методология науки Тема 11 Философская антропология Тема 12 Социальная философия Тема 13 Философия науки и техники Тема 14 Философия будущего
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» являются формирование у студентов систематизированного мировоззренческого взгляда на исторические этапы возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью, на формы, методы и технологии рекламы и связей с общественностью в определенные исторические периоды как инструментах будущих коммуникаций, а также приобретение ими навыков анализа социальных явлений в историческом контексте
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Основные понятия и определения в сфере связей с общественностью и рекламы. Тема 2 Реклама и связи с общественностью от античности до эпохи Возрождения. Тема 3 Новое время: Реклама и связи с общественностью в Европе (XVII–XVIII). Тема 4 Реклама и связи с общественностью в конце XIX – начале XX вв. Тема 5 Российский опыт рекламы и связей с общественностью (с древнейших времен до начала XX вв.) в России. Тема 6 Реклама и связи с общественностью в СССР: общие тенденции. Тема 7 Реклама и связи с общественностью: общие тенденции современного развития.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ПОЛИТОЛОГИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Политология» являются: приобретение правовых знаний в сфере политики государства; формирование умения ориентироваться в таких категориях, как: государство, в том числе и правовое государство, власть и лидерство, политическая система государства, формы правления и политические режимы, политические отношения в формате международного и российского права; становление навыков решения практических задач с применением теоретических знаний в области политики и права.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины . Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-5
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Предмет, методы и отрасли политологии. Тема 2 История политических учений. Тема 3 Политика власть и лидерство как базовые категории политологии. Тема 4 Политическая система и основные политические институты. Тема 5 Политические режимы. Тема 6 Политический конфликт. Тема 7 Теории политического процесса. Тема 8 Политический процесс в постсоветской России. Тема 9 Мировая политика. Современные тенденции развития.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» являются: формирование представления о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта; формирование системного знания о программной части прикладного эмпирического исследования.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4; ОПК-6; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	2 семестр Тема 1.Обзор существующих и перспективных компьютерных технологий Тема 2. Офис Тема 3. Технологии баз данных Тема 4. Растровая графика Тема 5. Векторная графика Тема 6. Проектирование рекламного продукта 3 семестр. Тема 1 Организация социологического исследования Тема 2 Понятие выборочного исследования Тема 3 Первичное измерение (квантификация) социальных характеристик
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен (2,3 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» является: ознакомление с основными понятиями и концептуальными схемами, раскрывающими природу, элементы и интегральную структуру коммуникационного процесса.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2; ОПК-5
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	2 семестр Тема 1. Эпистемологические основы теории коммуникации. Тема 2. Истоки и основные этапы становления теории коммуникации. Тема 3. Современные подходы к проблеме речевой коммуникации. 3 семестр Тема 4. Игра, ритуал, миф как базовые структуры коммуникации. Тема 5. Формы и уровни социальной коммуникации. Тема 6. Посредники коммуникации (проблема медиа).
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен (2,3 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» являются: повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, а также овладение студентами 1 и 2 курса необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными коллегами, а также для дальнейшего самообразования
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4; ОПК-1
Трудоемкость дисциплины	7 зачетных единиц, 252 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	2 семестр Тема 1. В аэропорту. Тема 2.Путешествие на самолете. Тема 3.Авиационный бизнес. Мировые авиакомпании. Тема 4. Деловая встреча. Назначение деловой встречи. Тема 5.Аэрофлот и другие авиакомпании России. Тема 6.Деловая поездка. Тема 7.Деловой разговор. Телефонная беседа. Тема 8.Обсуждение контракта. Тема 9.Целевая аудитория. Тема 10.Общие требования к рекламе. Тема 11.Особые характерные черты рекламы. Тема 12.Основные правила рекламирования. Тема 13.Рекламные агентства. Тема 14.Реклама на разных видах транспорта. Тема 15.Реклама в Интернете. Тема 16.Реклама и связи с общественностью. Тема 17.Профессиональные ярмарки и выставки. Тема 18.Подача заявления о приеме на работу. 3 семестр Тема 1.Переговоры. Тема 2.Письменные речевые образцы, используемые в деловом языке. Тема 3.Структура делового письма. Тема 4.Типы рекламы в PR. Тема 5.Престижная реклама.

Наименование дисциплины	ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК
	Тема 6.Финансовая реклама. Тема 7.Реклама типа «обращение к общественности». Тема 8.Разъяснительно-пропагандистская реклама. Тема 9.Реклама по быстрому распространению важной информации в пользу фирмы. Тема 10.Прямая реклама. Тема 11.Наружная реклама. Тема 12.Телевизионная реклама и радио реклама. Тема 13.Газетно-журнальная реклама. Тема 14.Медиатексты. Медиапродукты. Тема 15.Основы деловой речи. Тема 16.Написание речей. Тема 17.Цели, функции и специфика рекламных и PR-текстов. Тема 18.Деловая переписка. Тема 19.Разговорные формулы в речевом этикете. Тема 20.Новостной (пресс) релиз (сообщение для печати). Тема 21.Слоган.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой (2,3 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» являются: формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании рекламного процесса в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики рекламной деятельности, анализу взаимосвязи рекламы со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как маркетинг и связи с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2,3,4,5 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6; ПК-2; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	13 зачетных единиц, 468 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	2 семестр Тема 1 Роль рекламы в современном обществе Тема 2 Основные понятия и определения в сфере рекламы Тема 3 Глобальные тенденции развития современной рекламы Тема 4 Функции рекламы в обществе Тема 5 Государственное регулирование и саморегулирование рекламной отрасли Тема 6 Реклама как вид массовой коммуникации Тема 7 Коммерческая реклама Тема 8 Коммуникативные модели коммерческой рекламы Тема 9 Некоммерческая реклама 3 семестр Тема 1 Типы и виды рекламы: наружная реклама и реклама на транспорте Тема 2 Телевизионная реклама Тема 3 Радиореклама Тема 4 Печатная реклама Тема 5 Виды рекламы в печатных СМИ Тема 6 Компьютерная реклама Тема 7 Реклама в соцсетях Тема 8 Реклама в системе социокультурных отношений Тема 9 Отражение стереотипов в рекламе Тема 10 Реклама в контексте культуры Тема 11 Теория рекламы в философии постмодерна Тема 12 Реклама как современная мифология

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ
	Тема 13 Архетипические модели в рекламе Тема 14 Теория интерпретации сообщений и реклама 4 семестр Тема 1 Понятие рекламного продукта. Разработка рекламного сообщения Тема 2 Составляющие рекламного сообщения Тема 3 Классификация рекламных услуг Тема 4 Планирование рекламной деятельности Тема 5 Рекламное агентство и его функции Тема 6 Рекламная кампания Тема 7 Рекламные и маркетинговые исследования Тема 8 Целевая аудитория рекламной кампании Тема 9 Контроль рекламной деятельности Тема 10 Коммуникационные стратегии в рекламе Тема 11 Рекламная аргументация Тема 12 Понятие креатива в рекламе Тема 13 Идея рекламного сообщения Тема 14 Исследования целевой аудитории в рекламе Тема 15 Язык рекламы: его роль в создании рекламного обращения Тема 16 Семиотика рекламы 5 семестр Тема 1 Художественный дизайн в рекламе Тема 2 Иллюстрирование рекламы Тема 3 Рекламная фотография Тема 4 Цвет как художественное средство в рекламе Тема 5 Дизайн стратегия в рекламе Тема 6 Типы рекламных текстов Тема 7 Функции рекламных текстов Тема 8 Рекламный текст как разновидность современного мифа Тема 9 Структурно-содержательные характеристики рекламного текста Тема 10 Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов Тема 11 Язык рекламных заголовков Тема 12 Виды рекламных заголовков Тема 13 Слоган как рекламная константа Тема 14 Понятие языковой игры в рекламном тексте
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет (2 семестр), Зачет с оценкой (3 семестр), Экзамен (4,5 семестр), Курсовая работа (4 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ЭКОНОМИКА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Экономика» является формирование у студентов системы специальных знаний и прикладных навыков в области экономики воздушного транспорта, экономической политики и ее регулирования в современных условиях, являющихся необходимым условием успешной профессиональной деятельности.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; ОПК-5
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Актуальные проблемы современной экономики (введение в экономическую теорию) Тема 2. Современные экономические модели реального сектора экономики Тема 3. Основы экономики отрасли Тема 4. Ресурсы отрасли Тема 5. Расходы и доходы предприятий воздушного транспорта. Тема 6. Прогнозирование и планирование, анализ в деятельности предприятия воздушного транспорта Тема 7. Инновационная и инвестиционная деятельность Тема 8. Инвестиционное проектирование Тема 9. Эффективность реализации направлений развития предприятий воздушного транспорта
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Речевая коммуникация и копирайтинг в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование, расширение и углубление знаний студентов о рекламе и связях с общественностью как особой сфере практической деятельности, продуктом которой являются словесные произведения (тексты); формирование умений написания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также навыков анализа рекламных и имиджевых текстов в СМИ
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6; ОПК-1; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью Тема 2 Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью Тема 3 Особенности речевой коммуникации в рекламе Тема 4 Особенности речевой коммуникации в связях с общественностью Тема 5 Устный и письменный текст Тема 6 Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов Тема 7 Символ и значение в рекламном тексте Тема 8 Рекламный текст как разновидность современного мифа Тема 9 Слоган как рекламная константа Тема 10 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью Тема 11 Письменный текст как ключевая категория в копирайтинге Тема 12Типологические и сущностные признаки PR-текста Тема 13 Исследовательско-новостные и фактологические жанры PR-текста Тема 14 Оперативно-новостные жанры PR-текста Тема 15 Исследовательские и образно-новостные жанры PR-текста

Наименование дисциплины	РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
	Тема 16 Особенности письменного рекламного текста Тема17 Структурно-содержательные характеристики рекламного текста Тема 18 Специфика языка рекламных заголовков
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИМИДЖЕЛОГИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Имиджелогия» являются: формирование у студентов понимания высокой социальной значимости и ответственности своей будущей профессии, освоение понятийного аппарата, базовых положений и методов имиджелогии, получение основных практических навыков, связанных с созданием и продвижением имиджа политических и коммерческих структур, деятелей бизнеса и шоу-бизнеса, товаров, услуг и т.д.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-2; ОПК-7
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предметное поле имиджелогии и ее место в структуре PR. Тема 2. Технология и инструментарий формирования имиджа. Тема 3. Проблема построения корпоративного имиджа. Тема 4. Корпоративный имидж в условиях различных деловых культур. Тема 5. Современные рекламные технологии как инструмент формирования и продвижения имиджа. Тема 6. Специфика социокультурного функционирования имиджа. Тема 7. Личный имидж и особенности его формирования.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Теория и практика массмедиа» являются: формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании отечественной журналистики в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики деятельности СМИ, профессионально-теоретического и экономико-политического содержания основной проблематики, относящейся к периодической печати, радиовещанию и телевидению, анализу взаимосвязи журналистики со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как реклама и связи с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	3,4,5 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; УК-6; ОПК-5; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	9 зачетных единиц, 324 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	3 семестр Тема 1 Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ Тема 2 Массовая информация как ключевая категория в сфере массмедиа Тема 3 Социальное предназначение журналистики Тема 4 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ Тема 5 Функции журналистики Тема 6 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики Тема 7 Современные теории и концепции журналистики 4 семестр Тема 1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности Тема 2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье Тема 3 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках Тема 4 Зарубежная периодическая печать в XIX веке Тема 5 Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА
	Тема 6 Российская периодическая печать в XIX веке Тема 7 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века Тема 8 Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах Тема 9 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века Тема 10 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века Тема 11 Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2020 годах Тема 12 Система СМИ в современном мире Тема 13 Особенности периодической печати, радио и телевидения Тема 14 Типология СМИ: основные принципы и особенности Тема 15 Газета как тип издания Тема 16 Журнал как тип издания Тема 17 Качественные и массовые издания Тема 18 Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества 5 семестр Тема 1 Экономические аспекты функционирования СМИ Тема 2 Редакция как производственное учреждение. Тема 3 Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа Тема 4 Журналистика как область творческой деятельности Тема 5 Методы сбора информации в журналистике. Тема 6 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении. Тема 7 Современное массово-информационное право Тема 8 Закон РФ «О средствах массовой информации». Тема 9 Этика журналиста. Тема 10 Техника и технология СМИ Тема 11 Особенности организации редакционных процессов в СМИ Тема 12 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой (4 семестр), Экзамен (5,6 семестр), Курсовая работа (6 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации и брендинг» являются: формирование у студентов базовых теоретических знаний о маркетинговых коммуникациях в современномбрендинге, основных принципов и технологий брендинга и брендбилдинга и умений анализа моделей бренда, а также навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4,5,6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-2; ОПК-6; ПК-1; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	10 зачетных единиц, 360 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	4 семестр Тема 1 Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятие, сущность, стратегии Тема 2 Интегрированные маркетинговые коммуникации в бизнес-организациях Тема 3 Предмет брендинга. Понятие «Бренд» Тема 4 Классификация брендов Тема 5 Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций Тема 6 Бренд и товарный знак Тема 7 Сущность бренда Тема 8 Содержание бренда как коммуникационный процесс Тема 9 Стратегические цели брендинга 5 семестр Тема 1 Бренд как маркетинговое понятие Тема 2 Реклама и брендинг Тема 3 PR как основа стратегии строительства бренда Тема 4 Бренд как совокупность символических ценностей Тема 5 Разработка бренда Тема 6 Понятие brandstory (легенда) Тема 7 Идентичность бренда Тема 8 Индивидуальность бренда Тема 9 Модели разработки бренда Тема 10 Атрибуты бренда Тема 11 Дизайн бренда как визуальная составляющая Тема 12 Фирменный стиль как составная часть брендинга

Наименование дисциплины	ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ
	Тема 13 Деловая культура и брендинг Тема 14 Управление брендом 6 семестр Тема 1 Бренд как средство коммуникации между продавцом и покупателем Тема 2 Бренд-имидж Тема 3 Позиционирование бренда Тема 4 Стратегический уровень бренда Тема 5 Тактический уровень бренда Тема 6 Лояльность к бренду Тема 7 Личностные и социально-психологические факторы лояльности к бренду Тема 8 Стратегии потребительского поведения Тема 9 Понятие коллективного бренда Тема 10 Маркетинг событий Тема 11 Интернет как средство коммуникации и становления бренда Тема 12 Эмоциональный брендинг Тема 13 Эффективность эмоционального брендинга Тема 14 Брендинг и нейромаркетинг Тема 15 Марочный капитал и его измерение Тема 16 Исследования в брендовых коммуникациях
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой (4 семестр), Экзамен (5,6 семестр), Курсовая работа (6 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Социология и психология рекламы и связей с общественностью» являются: изучение предметных областей, анализ и использование инструментария, технологий социологии , психологии массовых коммуникаций и психологии рекламы для прикладного анализа функционирования рекламной коммуникации и связей с общественностью, повышение эффективности психотехник влияния на потребителей и оценке психологической эффективности рекламного воздействия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4,5,6,7,8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; УК-3; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7
Трудоемкость дисциплины	16 зачетных единиц, 576 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	2 курс 4 семестр Тема 1 Предмет и структура психологии. Тема 2 История развития психологии. Тема 3 Психика и мозг. Сознание и бессознательное. Тема 4 Функциональная структура психики. Развитие психики в онтогенезе. Тема 5 Ощущения и восприятие. Представление и воображение Тема 6 Мышление и речь. Внимание и память. Тема 7 Эмоции и воля. Психические состояния. Тема 8 Мотивация и деятельность Тема 9 Психология личности. Характер и темперамент. 3 курс 5 семестр Тема 1 Предмет и методы социальной психологии Тема 2 Первые исторические формы социальной психологии Тема 3 Основные теоретические направления в социальной психологии. Тема 4 Понятие личности в социальной психологии Тема 5 Самопознание и Я-концепция

Наименование дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
	Тема 6 Социальная установка Тема 7 Социальное познание. Познание других людей Тема 8 Понятие и функции общения Тема 9 Целенаправленное коммуникативное воздействие Тема 10 Взаимоотношения людей. Аттракция Тема 11 Взаимоотношения людей. Агрессия Тема 12 Понятие и структура малой группы Тема 13 Динамика малой группы Тема 14 Лидерство в малой группе 3 курс 6 семестр Тема 1 Представление об общественном мнении в истории философской и социологической мысли. Основные понятия теории общественного мнения Тема 2 Гносеологический и социологический подход к сущности общественного мнения. Объект и субъект общественного мнения Тема 3 Общественное мнение как социальный институт Тема 4 Структура и функции общественного мнения. Формирования общественного мнения Тема 5 История становления исследований общественного мнения в Советском Союзе. Современный этап изучения общественного мнения в России Тема 6 Методы социологического изучения общественного мнения. Разработка программы исследования Тема 7 Формирование выборки исследования. Разработка методики массового опроса населения. Тема 8 Новейшие методы изучения общественного мнения. 4 курс 7 семестр Тема 1 Введение в социологию массовой коммуникации Тема 2 Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная подсистема. Тема 3 Эволюция теорий массовой коммуникации Тема 4 Эффекты массовой коммуникации Тема 5 Связи с общественностью и система массовых коммуникаций Тема 6 Социологические исследования элементов массовой коммуникации 4 курс 8 семестр Тема 1 Реклама как предмет психологии. Тема 2 Вербально-суггестивная техника рекламного воздействия. Тема 3 Метод ассоциаций в практике рекламного воздействия. Тема 4 Психоанализ в практике рекламного воздействия. Тема 5 Социально-психологический анализ в практике рекламного воздействия. Тема 6 Мотивационный анализ в практике рекламного воздействия. Тема 7 Психологические основы имидж-стратегии. Тема 8 Психотехника рекламного дизайна.

Наименование дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
	Тема 9 Психология цвета в рекламном дизайне. Тема 10 Психология потребительского поведения.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет (4 семестр), Зачет с оценкой (5,7 семестр), Экзамен (6,8 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Цифровые коммуникации» является: изучение теории и практики использовании цифровых коммуникаций для формирования у студентов навыков использования ключевых трендов, основных каналов и форматов цифровой коммуникации, различных методик, в том числе, мобильных технологий, контекстной рекламы услуг, брендов, коммерческих предложений, контента для сети, инструментов для взаимодействия с потребителями, реализации маркетинговых, рекламных, брендинговых и PR-задач, цифровых кампаний любой сложности, решающих как стратегические, так и практические задачи организации
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-6; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	4 зачетные единицы, 144 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Тема 2 Управление агентством цифровых коммуникаций Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности Тема 3 Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития Тема 4 Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации Тема 5 Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации Тема 6 Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации Тема 7 Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства Тема 8 Программатик - digital- инструмент автоматизированной закупки рекламы на большом количестве сайтов в режиме реального времени

Наименование дисциплины	ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
	Тема 9 Управление цифровыми проектами: эффективные бизнес-процессы, планирование ресурсов, контроль качества и показателей эффективности. Стратегия использования инструментов performance-маркетинга
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование у студентов системы теоретических знаний, практических навыков и умений для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-8
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Теоретические основы безопасности жизнедеятельности Тема 2 Психофизиологические и эргономические основы безопасности Тема 3 Идентификация и воздействие на человека опасных и вредных производственных факторов Тема 4 Методы и средства защиты человека от воздействия опасных и вредных производственных факторов Тема 5 Организационные основы безопасности жизнедеятельности Тема 6 Гражданская защита
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен (6 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью » являются: обучение студентов пониманию теоретических основ управления коммуникациями и формирование соответствующих практических навыков.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-6; ПК-1; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Введение в менеджмент в рекламе и связях с общественностью Тема 2 Функции управления в рекламной и PR деятельности Тема 3 Организация и координация рекламной PR деятельности Тема 4 Контроль рекламной PR деятельности Тема 5 Управление рекламным бюджетом Тема 6 Менеджмент интегрированных коммуникаций Тема 7 Управление информационной безопасностью и коммуникационным пространством компании Тема 8 Бизнес-экосистемы как новый формат управления коммуникациями в сфере рекламы и связей с общественностью Тема 9 Аналитические исследования в менеджменте Тема 10 Специальные мероприятия как инструмент управления коммуникациями в сфере рекламы и связей с общественностью Тема 11 Управление брендом и корпоративной репутацией Тема 12 Цифровая трансформация менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью Тема 13 Менеджмент коммуникаций как процесс Тема 14 Управление конфликтными ситуациями в организациях в сфере рекламы и связей с общественностью Тема 15 Менеджмент в кризисных ситуациях Тема 16 Способы и стили управления. Управленческие решения. Тема 17 Менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях

Наименование дисциплины	МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
	Тема 18 Управление коммуникациями в международной деятельности
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Основы информационно-аналитической работы» является знакомство студентов с основными эпистемологическими, герменевтическими и эстетическими принципами работы с информацией. Студенты получают представление о смысле и значении лингвистического, иконического, дигитального поворота в культуре, а также о сопутствующих изменениях в производстве, потреблении, оценке и распространении информации. Вводятся в курс актуальных исследовательских программ, ключевых авторов и институций. И благодаря этому вырабатывают практические навыки эпистемологической ориентации в информационном поле, учатся устанавливать механизмы формирования суждений, выделять условия осуществления коммуникации, прояснять принципы доверия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	7 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; ОПК-6; ПК-1; ПК-4
Трудоемкость дисциплины	4 зачетные единицы, 144 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Понятие информации: исследовательские программы, возможности, проблемы Тема 2. Аналитические и синтетические суждения. Метафора и метонимия. Теория речевых актов. Тема 3: Языки естественные и искусственные. Теория языковых игр. Тема 4.Культурные формы информационного общества Тема 5. Цифровая революция: ее предпосылки, масштаб и значение Тема 6. Принципы цифровых медиа Тема 7. Биосемиотика интерфейса: тело и личность в цифровую эпоху Тема 8. Дополненная, расширенная, гибридная реальность: понимание как подражание и как переживание Тема 9. Социальные медиа: структура и функции Тема 10. Особенности коммуникативного действия в мобильных приложениях

Наименование дисциплины	ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ
	Тема 11.Аналитическая работа в ситуации эпистемологической неопределенности: постправда и постирония Тема 12. Цифровое искусство: эстетика баз данных, тактические медиа, хактивизм Тема 13. О чем говорит фейк, когда молчит факт: основные подходы к выявлению информационных симулякров. Тема 14. Четвертая промышленная революция: кризис интерсубъективных конструкций и новые возможности информационного взаимодействия
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АВИАБИЗНЕСА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» является понимание студентами необходимости создания организацией собственного коммуникативного пространства, знание основных направлений работы в развитии коммуникационного обеспечения авиабизнеса, учет особенностей работы пресс-структур авиапредприятий и авиакомпаний
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	7 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	4 зачётные единицы, 144 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Коммуникационное пространство организации. Тема 2 Медиарилейшнз. Структура и принципы организации пресс-службы. Тема 3 Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности Тема 4 Основные функции пресс - подразделения в контексте его функционирования в рамках конкретной организационной структуры. Тема 5 Штатное расписание и структура пресс-службы Тема 6 Основные направления в работе пресс-служб. Основные понятия медиарилейшнз, технологии взаимодействия с журналистами. Тема 7 Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы Тема 8 Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения, а также в структуре пресс- службы. Функции пресс-секретаря. Права и обязанности пресс-секретаря. Тема 9 Функции и задачи пресс-службы авиапредприятий различного уровня Тема 10 Функции и задачи пресс-службы авиакомпаний Тема 11 Основные направления и принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций Тема 12 Основные направления в работе пресс-служб.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» является формирование теоретических знаний и практических навыков для решения проблем, возникающих при управлении проектами в различных сферах хозяйственной деятельности, с акцентом на проекты, связанные с рекламной и коммуникационной деятельностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	7 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-6; ПК-1
Трудоемкость дисциплины	4 зачетные единицы, 144 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Программы и проекты как средство решения управленческих задач. Проект и проектная деятельность. Тема 2 Жизненный цикл проекта. Процессы управления проектом. Тема 3 Организационные структуры управления проектом. Тема 4 Управление временными и финансовыми параметрами проекта. Тема 5 Управление качественными характеристиками проекта. Тема 6 Управление рисками в проекте. Тема 7 Управление человеческими ресурсами в проекте. Тема 8 Аудит и завершение работ над проектом.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» является физкультурное образование обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	7 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-7
Трудоемкость дисциплины	2 зачетные единицы, 72 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Легкая атлетика Тема 2. Комплексные занятия
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и особыми образовательными потребностями)
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт (для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и особыми образовательными потребностями)» является физкультурное образование обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр, в котором изучается дисциплина	Очная форма – 7 семестр
Наименование цикла, к которому относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины . Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-7
Трудоемкость дисциплины	2 зачётные единицы, 72 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Общеразвивающие физические упражнения Тема 2. Оздоровительные фитнес-технологии
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ПРАВОВОЕ И ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью» является формирование у обучающихся знаний о правовом интеллектуальной собственности и правовом обеспечении регулировании деятельности в области рекламы, выработка умений и навыков применения законодательства в профессиональной деятельности.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	7,8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-10; ОПК-5; ОПК-7
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Понятие и основные принципы рекламы, организация рекламной деятельности Тема 2. Авторское право и интеллектуальная собственность Тема 3. Правовое регулирование отношений в сфере рекламной деятельности Тема 4 Правовые основы регулирования связей с общественностью. Тема 5. Особенности правового регулирования рекламы в Интернете и связях с общественностью
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью » является получение знаний и навыков применения методов и техник оценки эффективности в практике рекламы и связей с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-4
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Оценочные исследования в PR. Основные принципыи параметры оценки эффективности PR Тема 2 Основные принципы и параметры оценкиэффективности в рекламе Тема 3 Теоретические модели оценки эффективности Тема 4 Методы оценки эффективности Тема 5 Тестирование рекламы Тема 6 Оценка эффективности интернет-коммуникаций
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА В АВИАБИЗНЕСЕ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта в авиабизнесе» являются: сформировать у студентов знания о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности; умения анализа технологий и методов создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных элементов, а также навыков производства текстов и иллюстраций рекламного продукта.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1; ПК-1
Трудоемкость дисциплины	3 зачётные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Понятие рекламного продукта. Разработка рекламного сообщения Тема 2. Составляющие рекламного сообщения Тема 3. Классификация рекламных услуг Тема 4. Виды рекламы в печатных СМИ Тема 5. Бриф как основа создания рекламного продукта Тема 6. Визуальная составляющая рекламного продукта Тема 7. Технология создания оригинал-макета
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	АНАЛИТИКА ДИСКУРСА АВИАБИЗНЕСА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Аналитика дискурса авиабизнеса» являются: формирование у студентов знания о рекламном и PR-дискурсе как специфическом типе институционального дискурса, реализующегося в разнообразных высказываниях (текстах), формирующих дискурсивную формацию корпорации и направленным на создание благоприятного имиджа корпорации в глазах сотрудника корпорации, потребителя продукта корпорации и контрагента корпорации. Дисциплина нацелена также на демонстрацию возможностей дискурсивного и текстового анализа работы информационно-коммуникационных структур авибизнеса.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-6; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	3 зачётные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Понятие дискурса Тема 2 Рекламный дискурс Тема 3 Особенности рекламного текста и языка рекламы Тема 4 Фигуративное и ономастическое пространство рекламы. Тема 5 Теоретические и методологические основания исследования дискурса Тема 6 Порядок дискурса как условие формирования рекламного и PR дискурса Тема 7 Дискурсивная тональность рекламного и PR дискурса. Тема 8 Роль позиционирования в формировании рекламного и PR дискурса. Тема 9 Язык в формате медиа. Тема 10 Дискурсивный анализ материалов массовой коммуникации.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АВИАБИЗНЕСА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» являются овладение слушателями современными теоретическими и эмпирическими подходами к исследованию СМИ, исследованиям медиаполя компаний, брендов, продуктов, ведомств, НКО и персоналий, оценка или корректировка стратегии продвижения и коммуникационной политики организации, оценка имиджевых угроз.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	3,4,5,6 ,7 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; УК-5; УК-8; УК-9;ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	19 зачетных единиц, 684 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	3 семестр Тема 1. Менеджмент как сфера деятельности. Тема 2. История управленческой мысли. Тема 3. Организация как объект и субъект менеджмента. Тема 4. Организационная культура: понятие, виды и аспекты управления. Тема 5. Групповая динамика. Конфликты в организации. Лидерство. Тема 6. Мотивирование сотрудников организации. 4 семестр Тема 1. Основы функционирования перевозчиков(авиакомпаний) Тема 2.Обслуживание пассажиров на борту воздушного судна Тема 3.Основы функционирования аэропортовых предприятий Тема 4. Генеральные планы аэропортов различных классов Тема 5. Виды аэропортовой деятельности и наземная авиационная техника Тема 6. Перевозочные и аэропортовые характеристики воздушных судов Тема 7. Аэродромы. Классификация, основные элементы аэродрома Тема 8. Маркировка аэродромов и высотных препятствий Тема 9. Содержание летных полей аэродромов

Наименование дисциплины	РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АВИАБИЗНЕСА
	5 семестр Тема 1. Системный анализ в управлении и прикладных исследованиях на транспорте. Тема 2. Классификация моделей и видов моделирования, основные методы математического описания. Тема 3. Компьютерные средства моделирования и аналитических преобразований. Тема 4. Виды и референтные модели бизнес-процессов на воздушном транспорте. Тема 5. Коммуникационные системы в бизнес-процессах воздушного транспорта. Тема 6.Формализация и алгоритмизация процессов информационных систем маркетинга, коммуникационных систем на воздушном транспорте. Тема 7. Планирование компьютерных экспериментов, обработка и анализ результатов моделирования. Оценивание систем. Тема 8. Модель в контуре управления коммуникационными системами. 6 семестр Тема1 Необходимость МИ, виды МИ, основные направления исследований Тема 2 Этические принципы проведения МИ Тема 3 Программа маркетингового исследования разработка плана и технического задания исследования. Тема 4 Разработка анкеты Тема 5 Формирование выборки Тема 6 Обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по результатам исследования Тема 7 Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований Тема 8 Глубинное интервью Тема 9 Включенное наблюдение Тема 10 Фокус-группы Тема 11Ситуационный анализ 7 семестр Тема 1. Основные задачи и возможности медиаанализа Тема 2 Медиаизмерения и оценка PR-кампаний Тема 3 Этапы и результаты медиааналитического исследования Тема 4 Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций Тема 5 Метрики, служащие анализу СМИ Тема 6 Интегральные метрики оценки СМИ Тема 7 Система KPI PR-специалиста: СМИ, Social Media Тема 8 Система KPI PR-специалиста: Social Media
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет (3,6 семестр) ,Зачет с оценкой (4,5,7 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических знаний, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными PR-коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоение комплекса основополагающих компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью в отрасли, конкурентоспособного на рынке труда, эффективно осуществляющего взаимодействие в профессиональной среде, обладающего социальной мобильностью и пользующегося устойчивым спросом в среде работодателей – руководителей предприятий транспорта, а также приобретение умений и практических навыков по освоению различных PR-технологий, применению коммуникационных форм и методов с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).
Семестр, в котором изучается дисциплина	2,3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1; ПК-2; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	2 семестр Тема 1 Концептуальное представление о связях с общественностью Тема 2 Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности Тема 3 Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом Тема 4 PR-технологии: общая характеристика Тема 5 Медиарилейшнз в системе PR-технологий Тема 6 Особенности взаимодействия PR-структур со СМИ Тема 7 Специальные мероприятия в системе PR-технологий Тема 8 Корпоративные специальные мероприятия Тема 9 Деловые специальные мероприятия

Наименование дисциплины	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
	3 семестр Тема 1. Корпоративный PR как сфера профессиональной деятельности Тема 2. Формирование и развитие корпоративной культуры в организации Тема 3. Методы исследования корпоративных коммуникаций Тема 4. Социальное партнерство как концепция развития корпоративных коммуникаций Тема 5. Корпоративная пресса как компонент корпоративной культуры Тема 6 Корпоративные тренинги Тема 7. Оценка эффективности корпоративных коммуникаций
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен (2,3 семестр), Курсовая работа (3 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является формирование у студентов представлений о процессе подготовки и реализации коммуникационных программ.
Семестр, в котором изучается дисциплина	5,6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1
Трудоемкость дисциплины	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Особенности разработки коммуникационных кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений Тема 2. Информационно-аналитический этап организации коммуникационных кампаний Тема 3. Этап планирования коммуникационных кампаний Тема 4. Практическая реализация коммуникационных кампаний Тема 5. Оценка эффективности коммуникационных кампаний
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен (6 семестр), Зачет с оценкой (5 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Проблемы развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью» является формирование системы теоретических знаний о формировании и развитии отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью, приобретение практических умений и навыков принятия экономических решений в условиях взаимодействия различных рыночных субъектов и структур.
Семестр, в котором изучается дисциплина	8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-4; ПК-3
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Отраслевой рынок как организующий механизм производственной деятельности и спроса. Тема 2. Отраслевой рынок рекламы и связей с общественностью: сущностные особенности и основные понятия. Тема 3. Этапы исторического развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью. Тема 4. Структура рынка рекламы и связей с общественностью. Тема 5. Основные компоненты рынка рекламы и связей с общественностью. Тема 6. Базисные субъекты PR-деятельности. Тема 7. Технологические субъекты PR-деятельности. Тема 8. Базисные субъекты рекламной деятельности. Тема 9. Технологические субъекты рекламной деятельности. Тема 10. Тенденции развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РИТОРИКА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Риторика» является: формирование у бакалавров в области рекламы и связей с общественностью теоретических знаний и практических навыков анализа и управления коммуникативными потоками различной структуры в модели оратор – аудитория.
Семестр, в котором изучается дисциплина	4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет риторики. Место и роль риторики в структуре общества. Тема 2. Содержание речи. Подготовка речи. Тема 3. Композиция речи. Составление конспекта речи. Тема 4. Аргументация позиции. Полемика и дискуссия. Тема 5. Словесное оформление речи. Учение о тропах. Тема 6. Образ оратора. Типы аудиторий. Техника речи.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ПИСЬМЕННАЯ КОММУНИКАЦИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Письменная коммуникация» является: Формирование у студентов знаний о правилах и особенностях письменной речи как вида деловой коммуникации; умений применять технологии литературного редактирования и копирайтинга в пиар-деятельности; навыков создания текстов рекламы и связей с общественностью.
Семестр, в котором изучается дисциплина	4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-4; ПК-2
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Письменная коммуникация в системе деловых коммуникаций Тема 2. Виды деловых документов Тема 3. Организационно-распорядительная документация Тема 4. Информационно-справочная документация Тема 5. Рекламные и пиар-тексты Тема 6. Коммерческие и некоммерческие деловые письма Тема 7. Особенности электронной письменной коммуникации Тема 8. Личные деловые бумаги
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	КОНФЛИКТОЛОГИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Конфликтология» является формирование у студентов знаний основных теорий социального конфликта, умений анализировать конфликтные ситуации, навыков применения методов предупреждения и разрешения конфликтов.
Семестр, в котором изучается дисциплина	5 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-2; УК-3; УК-4; ПК-1
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Основные понятия и предмет исследования конфликтологии Тема 2. Проблема типологии конфликта Тема 3. Человеческий фактор и поведение в конфликте Тема 4. Проблема коммуникаций в конфликтных ситуациях Тема 5. Управление конфликтом Тема 6. Переговоры как метод урегулирования конфликта Тема 7. Информационное противоборство в конфликте
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Стратегии и тактики деловых переговоров» является формирование у студентов способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, навыков применения принципов и методов делового общения для обеспечения внутренней и внешней коммуникации. Задачами освоения дисциплины являются:
Семестр, в котором изучается дисциплина	5 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-2; УК-3; УК-4; ПК-1
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. PR – коммуникации как взаимодействие деловых партнеров. Деловое общение как элемент эффективных связей с общественностью Тема 2. Практическая логика делового общения Тема 3. Риторический инструментарий деловой речи Тема 4. Невербальные средства делового общения Тема 5. Современный деловой этикет Тема 6. Переговоры как универсальный способ делового общения. Определение тактики и стратегии Тема 7. Анализ проведения деловых переговоров
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АВИАБИЗНЕСЕ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» формирование у студентов знаний о понятиях и направлениях выставочной деятельности, умений планировать организацию и проведение выставочных мероприятий, навыков использования рекламных и пиар-технологий в организации выставочной деятельности
Семестр, в котором изучается дисциплина	6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-2
Трудоемкость дисциплины	3 зачетные единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Концептуальное представление о выставочной деятельности Тема 2. Рынок выставочного бизнеса Тема 3. Планирование выставочной деятельности организатора. Тема 4. Планирование выставочной деятельности экспонента Тема 5. Факторы и условия эффективности выставочной деятельности Тема 6. Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности Тема 7. Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности Тема 8. Методы оценки эффективности выставочной деятельности
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РАЗРАБОТКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ МАССОВЫХ И ИМИДЖЕВЫХ КАМПАНИЙ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Разработка, организация и проведение массовых и имиджевых кампаний»» являются: изучение методов и способов профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, получение основных практических навыков, связанных с разработкой, организацией и проведением массовых и имиджевых кампаний.
Семестр, в котором изучается дисциплина	6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-2
Трудоемкость дисциплины	3 зачетных единицы, 108 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. PR-кампания: планирование и организация. Тема 2. Виды и функции массовых мероприятий. Тема 3. Организация и проведение специальных PR-мероприятий. Тема 4. Основные технологии построения имиджа и проведения имиджевых кампаний. Тема 5. Массовые и имиджевые кампании в политическом PR. Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере коммерческой рекламы. Тема 7. Организация и проведение кампаний в сфере социальной рекламы.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	АДАПТИВНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Адаптивная физическая культура» является физическое воспитание обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр, в котором изучается дисциплина	1, 2, 3, 4, 5, 6 семестр
Наименование цикла, к которому относится дисциплина	Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-7
Трудоемкость дисциплины	390 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Общеразвивающие физические упражнения Тема 2. Оздоровительные фитнес-технологии Тема 3. Индивидуальная программа оздоровления
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОБЩЕФИЗИЧЕСКАЯ И СПЕЦИАЛЬНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Общефизическая и специальная физическая подготовка» является физическая подготовка обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1, 2, 3, 4, 5, 6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-7
Трудоемкость дисциплины	390 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Развитие физических качеств Тема 2. Формирование и совершенствование прикладных двигательных способностей Тема 3. Основы организации и проведения самостоятельных занятий, самоконтроль в процессе занятий физическими упражнениями
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	СПОРТИВНАЯ ПОДГОТОВКА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Спортивная подготовка» является спортивно-техническая подготовка обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	1, 2, 3, 4, 5, 6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-7
Трудоемкость дисциплины	390 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Ускоренное передвижение и легкая атлетика Тема 2. Спортивные и подвижные игры Тема 3. Прикладная гимнастика
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ИСТОРИЯ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Цели освоения дисциплины «История гражданской авиации»: формирование у студентов компетенций, направленных на получение фундаментальных знаний об основных этапах истории отечественной гражданской авиации и ключевых направлениях развития отрасли на каждом из обозначенных этапов.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	2 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	ФТД. Факультативы.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-5; ОПК-3
Трудоемкость дисциплины	2 зачетных единицы, 72 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Зарождение отечественного воздушного флота (период до 1917 г.) Тема 2. Создание гражданской авиации как отрасли народного хозяйства страны (1917 – 1929 гг.) Тема 3. Развитие гражданской авиации в 1930-е гг. и предвоенный период (1930 – 1941 гг.) Тема 4. Гражданский воздушный флот в период Великой Отечественной войны (1941 – 1945 гг.) Тема 5. Развитие гражданской авиации в послевоенный период (1945 – 1960-е гг.) Тема 6. Гражданская авиация СССР в 1970 – 1980-е гг. Тема 7. Развитие гражданской авиации Российской Федерации в 90-е гг. XX в. – начале XXI в.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ИНСТИТУТАМИ И ТЕХНОЛОГИИ ЛОББИРОВАНИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целью освоения дисциплины «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования» является приобретение теоретических знаний и практических навыков формирования стратегий взаимодействия с государственными институтами и технологий лоббирования.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	5 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	ФТД. Факультативы.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4; ОПК-5
Трудоемкость дисциплины	2 зачетные единицы, 72 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1. Взаимодействие с органами государственной власти как сфера профессиональной деятельности Тема 2. Government relations и лоббирование: основные понятия Тема 3. Планирование GR- деятельности Тема 4. Модели и технологии Government relations Тема 5. GR-стратегия организации Тема 6. Технологии лоббирования Тема 7. Информационно-аналитическое направление GR- деятельности
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	ОРГАНИЗАЦИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ (ВОЛОНТЕРСКОЙ) ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫМИ НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями» являются: – овладение обучающимися универсальными компетенциями, позволяющими реализовать траекторию саморазвития на протяжении всей жизни, путем участия в добровольческой деятельности в рамках формирования и реализации своей гражданской позиции; – содействие патриотическому и духовно-нравственному воспитанию обучающихся.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	5 семестра
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	ФТД. Факультативы.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-2; УК-3; УК-4; УК-6
Трудоемкость дисциплины	2 зачетные единицы, 72 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Волонтерство как практика гражданского общества Тема 2. Волонтерство как ресурс личностного роста Тема 3. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности Тема 4. Основы организационной работы с волонтерами Тема 5. Взаимодействие с социально ориентированными НКО инициативными группами, органами власти и иными организациями.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет, Курсовая работа

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование практики	УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА)
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цель (цели) практики	Целью «Учебной (профессионально-ознакомительной) практики» является получение первичных профессиональных умений и навыков для решения задач профессиональной деятельности маркетингового, авторского, организационного и проектного типов, обучение профессиональным приемам, операциям и способам, необходимым для последующего формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.
Место в структуре образовательной программы	Обязательная часть Блок 2.Практика 2 семестр
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-3
Трудоемкость практики	6 зачетных единиц, 216 академических часов
Содержание практики. Основные разделы	Этап 1. Подготовительный этап - прохождение инструктажа по технике безопасности в организации; - прохождение инструктажа на рабочем месте Этап 2. Исследовательский этап – изучение особенностей работы структурного подразделения организации; – изучение нормативно –правовых документов, регулирующих деятельность подразделения или организации; – составление опросного листа для формирования информационного портрета организации (внутренние и внешние коммуникации); – Ознакомление с видами и формами информационно-коммуникационной деятельности организации или подразделения Этап 3. Экспериментальный этап - сбор эмпирического материала для выполнения отчёта по учебной практике; - проведение социологического опроса Этап 4. Производственный этап - изучение структуры различных отделов рекламы и отделов связей с общественностью, организации их работы;

Наименование практики	УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА)
	- изучение видов деятельности отделов рекламы и отделов связей с общественностью; - предоставление результатов опроса об информационном портрете организации руководству организации. Этап 5. Этап обработки и анализа полученной информации - сбор и обработка статистического материала по деятельности организации Этап 6. Этап подготовки отчёта по учебной практике - написание информационно –аналитического отчета о проведенной практике.
Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики	Зачет с оценкой

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование практики	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цель (цели) практики	Целью производственной практики является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».
Место в структуре образовательной программы	Обязательная часть Блок 2.Практика 4,6 семестр
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-8; УК9;ОПК-1;ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Трудоемкость практики	12 зачетных единиц, 432 академических часа
Содержание практики. Основные разделы	4 семестр Этап 1. Подготовительный этап - прохождение инструктажа по технике безопасности в организации; - прохождение инструктажа на рабочем месте Этап 2. Исследовательский этап - изучение структуры и организации работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.) Этап 3. Производственный этап - углубленное знакомство с профессией; - овладение навыками проведения прикладной научно-исследовательской работы по специальности; - выполнение заданий, направленных на формирование системных представлений о - деятельности PR-специалистов и PR-подразделений в организациях; - овладение необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры в государственных, общественных и коммерческих организациях; - выполнение заданий, направленных на анализ конкретных PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов; приобретение опыта в анализе информационной среды, в работе со СМИ и - отдельными журналистами, навыков в подготовке, написании и рассылке пресс-релизов и других

Наименование практики	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)
	- жанровых разновидностей PR-текстов; - приобретение навыков планирования рекламных и/или PR-кампаний; - участие или организация работы по реализации рекламных и/или PR-мероприятий; - освоение навыков работы с техническими, теле- и радиоэлектронными средствами массовой информации, фото-, видео- и компьютерной техникой Этап 4. Этап обработки и анализа полученной информации - сбор и обработка статистического материала по деятельности организации, проведение маркетингового исследования, социологического опроса Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике - обработка и систематизация фактического материала; - подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практики. 6 семестр Этап 1. Подготовительный этап - прохождение инструктажа по технике безопасности на предприятии; - прохождение инструктажа на рабочем месте. Этап 2. Исследовательский этап - изучение структуры и организации работы организации; - изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.) Этап 3. Производственный этап – создание и обработка адресной базы, – мониторинг публикаций на заданную тему, – подготовка коммерческих предложений, - написание сценария и плана проведения коммуникационных кампаний и других мероприятий, - расчет эффективности коммуникационных мероприятий, - составление медиаплана, подготовка информационного пакета (пресс-кита), - работы по созданию рекламного продукта (исследование рынка, создание рекламных текстов, креативные решения) Этап 4. Этап обработки и анализа полученной информации – Использование методови технологий проведения маркетинговых, социологических

Наименование практики	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА)
	исследований при сборе и обработке статистического материала по деятельности организации Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике - обработка и систематизация фактического материала; - - подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практики
Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики	Зачет с оценкой (4,6 семестр)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование практики	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цель (цели) практики	Целями производственной (преддипломной) практики по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» являются: - получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; - сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.
Место в структуре образовательной программы	Обязательная часть Блок 2.Практика 8 семестр
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	УК-1; УК-3; УК-5; УК-8;УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4; ПК-3
Трудоемкость практики	9 зачетных единиц, 324 академических часа
Содержание практики. Основные разделы	Этап 1. Исследовательский этап – изучение структуры и работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.) Этап 2. Производственный этап – наблюдение за технологическим процессом разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации; – выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью; – Применение навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции; – Использование методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью – Использование информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; – Использование навыков организации, планирования, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной

Наименование практики	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)
	продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; − освоение характера и видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы); − освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организациями, занимающегося рекламой и связями с общественностью; − участие в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг выявление проблемных зон в работе структурного подразделения; − разработка предложений по преодолению выявленных проблем рекламной деятельности и связей с общественностью на предприятии. Этап 3. Этап обработки и анализа полученной информации - анализ и обработка статистического материала по рекламной деятельности и связям с общественностью предприятия; - сбор и анализ материала, подготовка обзоров, аналитических справок для проведения маркетинговых и социологических исследований, для составления базового пакета документов к ВКР - подготовка отчёта по преддипломной практике
Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики	Зачет с оценкой