

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «История»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «История» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.01.

### **2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы.

### **3. Содержание дисциплины** История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Восточные славяне в догосударственный период. Образование Киевского государства. Принятие христианства и его последствия. Русское государство в период феодальной раздробленности. Причины раздробленности. Образование Российского централизованного государства. Московское царство (XIV - XVI вв.). Причины, предпосылки и этапы образования Российского централизованного государства. Правление Александра I. Попытки реформ. Проект первой русской конституции. Реформы 2-ой половины XIX в. Пореформенное развитие России. Революционно-демократическое движение. Мир и Россия в древности и средние века. Россия XVI–XVII вв. в контексте развития европейской цивилизации. Россия и мир в XVIII–XIX вв. Россия и мир в XX – начале XXI вв.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции- (ОК -2).

### **5. Форма контроля:** экзамен

### **6. Разработчик:** Батагова Л.Х.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Иностранный язык»

### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Иностранный язык» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б. 02

### 2. Объем дисциплины: 8 зачетные единицы

### 3. Содержание дисциплины

Мода и одежда в Стиль и личность. (Грамматика: герундий, инфинитив). Понятие стиля и бренда. Брендинг. (Просмотровое чтение, работа над лексикой. Письмо: композиционно-речевые особенности написания инструкции). Здоровоохранение в стране изучаемого языка. (Грамматика: обороты с инфинитивом/герундием). Нетрадиционная медицина. (Ознакомительное чтение, составление развернутого плана). Защита окружающей среды. Планета – наш общий дом. Погода и климат, экология и транспорт. (Резюмирование, составление аннотации. Написание аннотации). Туризм в нашей стране и за рубежом. (Грамматика: фразовые глаголы. Чтение: интерпретация текста, дискуссия). Мир увлечений. (Грамматика: идиоматические конструкции. Чтение: интерпретация текста).

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)

### 5. Форма контроля: экзамен

### 6. Разработчик: Блиева Ж.М.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Правоведение»

#### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Правоведение» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.03.

#### 2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы.

#### 3. Содержание дисциплины

Государство и право как социальные явления. Правовые системы, их виды и особенности. Формы (источники) права. Понятие нормы права, ее структура и виды. Понятие и формы реализации права. Правонарушение: понятие, признаки, состав. Юридическая ответственность. Права человека и гражданина. Правовое государство и гражданское общество. Правовое сознание и правовая культура. Источники и формы права. Правонарушение и юридическая ответственность. Государственный аппарат РФ. Народовластие. Система права, отрасль права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Основы уголовного права. Основы семейного права.

#### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности - (ОК – 4).

#### 5. Форма контроля: экзамен

#### 6. Разработчик: Мзокова Т.А.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Математика»

**1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Математика» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б. 04

**2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины** Линейная алгебра. Элементы аналитической геометрии. Предел функции, непрерывность. Введение в математический анализ. Дифференциальное исчисление функций одной переменной. Производная, исследование функций с помощью производных. Нахождение неопределённых интегралов. Определённый интеграл и его приложения. Функции многих переменных. Теория вероятностей. Дифференциальные уравнения. Элементы теории вероятностей и математической статистики.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности – (ОК – 3).

**5. Форма контроля:** экзамен

**6. Разработчик:** Галаванова З.Е.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы экономических знаний»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Основы экономических знаний» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б. 05

### **2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы.

### **3. Содержание дисциплины** Экономика как наука и хозяйство. Свободные и экономические блага. Факторы производства и факторные доходы. Ограниченность ресурсов. Главные вопросы экономики и их решение в различных экономических системах. Спрос и предложение. Действие рыночного механизма. Рыночное равновесие. Ценообразование. Причины возникновения и формы денег. Функции денег в современной экономике. Причины появления банков. Принципы кредитования. Роль Центрального банка в регулировании кредитно-денежной системы страны. Рынок труда. Социальные факторы формирования заработной платы. Причины и виды безработицы. Способы сокращения безработицы. Влияние инфляции на семейную экономику. Причины и формы участия государства в регулировании экономики. Макроэкономические процессы в экономике страны.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности- (ОК - 3).

### **5. Форма контроля:** экзамен

### **6. Разработчик:** Дзодзикова Ф.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Компьютерные технологии и информатика»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Компьютерные технологии и информатика» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1. Б. 06

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы.**

**3. Содержание дисциплины** Основные понятия информатики, методы теории информации и кодирования. Информация, сообщения, сигналы, данные, кодирование информации. Единицы количества и объема информации. Технические средства реализации информационных процессов. Программные средства реализации информационных процессов. Классификация программных продуктов. Технологии программирования. Алгоритмизация и программирование в математической среде. Понятие алгоритма и его свойства. Эволюция и классификация языков программирования. Базы данных и СУБД Базы данных: основы построения баз данных. Защита информации Сети ЭВМ. Классификация, средства и методы объединения сетей. Протоколы работы сетей. Информационная и компьютерная безопасность и их составляющие.

#### **. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

-способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности- (ОПК - 6).

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Мамсурова Ф.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Русский язык и культура речи»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б. 07

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины** Язык как знаковая система. Функциональные стили современного русского литературного языка. Научный и официально-деловой стили речи. Публицистический стиль речи. Выразительные средства языка. Разговорный стиль речи. Культура речи. Речевой этикет. Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Логические основы речевого общения. Риторика. Культура ораторской речи. Орфоэпические нормы современного русского литературного языка. Культура ораторской речи. Оратор и его аудитория. Подготовка речи и публичное выступление. Языковая и речевая нормы. Лингвистические словари русского языка. Орфографические нормы современного русского литературного языка. Нормы современного русского литературного языка. Лингвистические словари русского языка. История русского языка и его национально-культурное своеобразие. Вульгаризация современного русского языка.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК– 5);

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия – (ОПК – 4);

- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы – (ПК – 2);

- способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации – (ПК – 12).

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Бабочиева М.Л.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы проектной деятельности»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Основы проектной деятельности» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.08

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы.

**3. Содержание дисциплины:** Понятие проектной деятельности. Теоретические основы проектной деятельности. Подготовительный этап для обеспечения проектной деятельности. Источники информации. Поиск информации. Работа с информацией. Формирование навыков оценки получаемой информации. Музей и выставка как место исследования и сбора информации. Участие в конкурсах, выставках как способ повышения профессиональной зрелости. Технология работы над проектным продуктом. Этапы работы над проектом, их содержание. Индивидуальный проект. Организация группового проекта. Представление и оценивание проектного продукта.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия - (ОК – 6).

**Форма контроля:** зачет

**5. Разработчик:** Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Психология»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Психология» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б. 09

### **2. Объем дисциплины: 3 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Психология как наука. Предмет и задачи психологии, ее место в системе наук. Основные принципы психологии. Понятие о психике, эволюция психики, психика и мозг. Понятие о психике и ее структуре. Методы психологического исследования, их классификация. Базовые статистические методы и критерии, применяемые в психологии. Мотивационная сфера как часть психологической структуры личности. Понятие мотива, стимула, мотивации и стимуляции. Психологическая структура личности и индивидуальности. Личность в философии, социологии и психологии. Основные подходы к анализу психологической структуры личности отечественной и зарубежной психологии. Основные зарубежные концепции личности. Психоаналитический подход, представления о личности в бихевиоризме, гештальтпсихология о личности, теория черт о личности и личностных чертах, гуманистический подход.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия - (ОК – 6).

### **5. Форма контроля: экзамен**

### **6. Разработчик: Хадикова И.М.**

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Статистика»

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Статистика» относится к дисциплинам Блока 1 обязательной части Б1.Б.10

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Предмет и метод статистики (общей теории статистики и социально-экономической статистики). Статистическое наблюдение Сводка и группировка статистических данных. Способы наглядного представления статистических данных. Ряды распределения. Статистические показатели. Средние величины как статистические показатели. Ряды динамики. Индексный метод анализа. Корреляционно-регрессионный анализ.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)

### **5. Форма контроля:** зачет

### **6. 6. Разработчик:** Разработчик: Олисаева А.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы теории коммуникации»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.11

### **2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы

### **3. Содержание дисциплины:** Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. Виды коммуникации. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Методологические основы теории коммуникации. Коммуникация как система. Уровни коммуникации. Коммуникации с точки зрения субъекта коммуникации. Сферы коммуникационной деятельности (Профессионально-ориентированные коммуникации). Методы исследования социальной коммуникации. Межкультурная коммуникация. Коммуникация в рекламе и PR. Семиотика в рекламе и PR..

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия– (ОК – 5);
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия – (ОК – 6) .

### **5.Форма контроля:** экзамен

### **6.Разработчик:** Абаева С.К.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Безопасность жизнедеятельности»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» относится к дисциплинам Обязательной части Блока 1 Б1.Б.12. учебного плана по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы.**

**3. Содержание дисциплины:** Теоретические основы корпоративной социальной ответственности. Виды социально-ориентированной деятельности компаний. Модели КСО. Внутренняя корпоративная социальная ответственность. Внешняя корпоративная социальная ответственность. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должна быть сформирована следующая компетенция:

- готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

### **5. Форма контроля: зачет.**

### **6. Разработчик: Туриева В.В.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы научных исследований»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Основы научных исследований» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.13.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы.**

**3. Содержание дисциплины:** Структура и особенности НИР. Информационный поиск в научном исследовании. Методы научных исследований. Управленческие методы в научном исследовании. Экспериментальные методы исследований. Логические методы исследований. Комплексные методы исследований. Структура научной работы. Правовое регулирование научных исследований.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность к самоорганизации и самообразованию - (ОК - 7).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Кучиева И.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Культурология»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Культурология» относится к дисциплинам Блока обязательного блока - Б1. Б. 14.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Предмет, цели и задачи дисциплины. Методы культурологии. Основные школы культурологии. Духовная культурология. Культура и искусство. Культура и личность.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия- (ОК – 6).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Тебиева Л.Т.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Рынкoвeдeниe»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Рынкoвeдeниe» относится к дисциплинам Блока обязательной части - Б1. Б. 15

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** История возникновения и развития рыночной деятельности. Предмет и метод сбытовой деятельности. Понятие и принципы рыночных действий. Источники рыночной деятельности. Государственное регулирование качества товаров. Правовое регулирование торговли. Правовые основы создания и функционирования товародвижения. Понятие товарного рынка, его правовое регулирование. Структура и инфраструктура товарного рынка. Правовые основы формирования цен на товарном рынке. Правовое регулирование конкуренции на товарных рынках. Посреднические договоры. Защита прав потребителей в РФ. Особенности продажи отдельных видов товаров. Правовое регулирование рекламы в РФ.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности – (ОК – 3);
- способность организовывать и проводить социологические исследования – (ПК - 10);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов – (ПК - 11).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Абаева С.К.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Экономико-математические модели и методы в экономике»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Экономико-математические модели и методы в экономике» относится к дисциплинам обязательной части Б1. Б. 16.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Модели и цели моделирования. Моделирование макроэкономических процессов. Основы постановки и решения задач оптимизации. Транспортная задача и ее модификации. Производственные функции и их виды. Примеры построения производственных функций. Понятие стохастического программирования. Корреляционный анализ данных. Основные понятия теории игр. Основы имитационного моделирования управленческих ситуаций.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности- (ОК – 3);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов - (ПК - 11).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Дзанагова И.Т.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «История рекламы и PR»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «История рекламы и PR» относится к дисциплинам обязательной части Б1. Б. 17.

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Коммуникация и коммуникативные процессы в политической системе. Причины возникновения и развития связей с общественностью. Эволюция процесса продвижения PR в политических системах. Цели, задачи и функции связей с общественностью. Роль связей с общественностью в современном обществе. Организация процесса публичных отношений. Уровни реализации PR-мероприятий. PR как система управления общественным мнением. Объекты публичных отношений. Субъекты публичных отношений. Виды пиара. Коммуникации в организациях. PR в политике. PR в бизнесе. PR и средства массовой информации. Средства взаимодействия. Характеристика функций и обязанностей современного специалиста по связям с общественностью. Службы по связям с общественностью. Методы публичных отношений, взаимодействия фирмы с общественностью. Технологии публичных отношений. Службы PR в органах государственной (муниципальной) власти. Задачи и функции службы PR в органах государственной власти. Методы взаимодействия органов государственной власти со средствами массовой информации. Особенности реализации PR-проектов в органах государственной власти. PR в избирательном процессе (основные этапы). Исследование целевой аудитории. Планирование избирательной PR-кампании. Построение системы коммуникации и оценка итогов кампании. Оценка эффективности PR-кампании.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции- (ОК – 2);
- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности – (ПК – 14).

### **5. Форма контроля:** зачёт

### **6. Разработчик:** Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Философия»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Философия» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1. Б. 18.

**2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы – 144 часа.

**3. Содержание дисциплины:** Философия, как искусство жизни. Философия, как категория мышления. Специфика тематизации феномена языка в философии. Этика, мораль, нравственность и этос. Нравственность и религия. Политическая философия. Субъекты философских знаний: интеллект, интеллектуал, эксперт. Философия и религия. Язык и коммуникации в философии.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции- (ОК - 1).

**6. Разработчик: Малиева Т.И.**

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Менеджмент»

### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Менеджмент» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.19.

### 2. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц

3. Содержание дисциплины: Введение в теорию организации и менеджмента. Эволюция теории менеджмента. Внутренняя и внешняя среда менеджмента. Основы планирования в менеджменте. Стратегический менеджмент. Основные этапы стратегического менеджмента. Управленческие коммуникации, как связующий процесс в менеджменте. Понятие управленческих коммуникаций. Функции коммуникаций. Виды и роли организационных коммуникаций. Формальные и неформальные коммуникации в менеджменте. Эффективное руководство и лидерство в организации. Менеджеры и лидеры. Понятие лидерства. Руководство командой. Управленческая власть. Процесс принятия решений. Управленческие решения. Процесс ведения переговоров. Концепции ведения переговоров в менеджменте. Мотивация, как процесс и функции менеджмента. Современные тенденции менеджмента.

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к самоорганизации и самообразованию - (ОК - 7);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами – (ПК - 3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации – (ПК - 6);
- способность организовывать и проводить социологические исследования – (ПК-10) .

### 5. Форма контроля: экзамен

### 6. Разработчик: Герасименко Н.А.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.20

### **2. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц**

### **3. Содержание дисциплины:**

Социально-экономическая сущность маркетинга, маркетинговые исследования, комплексное исследование рынка, программы маркетинга, покупательское поведение потребителей, рынок предприятий, товарная политика предприятия в системе маркетинга, ценовая политика в системе маркетинга, сбытовая и торговая деятельность в системе маркетинга, коммуникационная политика предприятия,

основные методы продвижения товаров, управление маркетингом, особенности маркетинга в различных сферах деятельности

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности - (ОК – 3);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах - (ОПК – 1);
- способностью проводить маркетинговые исследования – (ПК-9).

### **5. Форма контроля: курсовая работа, экзамен.**

### **6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Теория и практика массовой информации»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1. Б. 21.

### **2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Роль связей с общественностью в современном обществе. Основные организационные структуры массовых информационных технологий. PR. Коммуникации и имидж в массовых коммуникациях. Процесс и механизмы формирования корпоративной культуры организации. Общественное мнение в PR деятельности. СМИ как основной канал воздействия PR технологий. Телефонные переговоры как форма коммуникативного взаимодействия.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах – (ОПК -1);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности- (ОПК -6);
- способность организовывать и проводить социологические исследования– (ПК – 10).

### **5. Форма контроля: экзамен**

### **6. Разработчик: Бабочиева М.Л.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Бухгалтерский учёт»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Бухгалтерский учёт» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.22.

### **2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Система бухгалтерского учёта, сущность и характеристика. Бухгалтерский учёт в современной системе управления. Предмет и метод бухгалтерского учёта. Бухгалтерский баланс. Система счетов в бухгалтерском учёте. Инвентаризация, как элемент метода бухгалтерского учёта. Учётная регистрация и формы бухгалтерского учёта. Система хозяйственного учёта, сущность и характеристика.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности– (ОК – 3).

### **5. Форма контроля: экзамен.**

### **6. Разработчик: Цалоева М.К.**

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Поведение потребителей»

#### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Поведение потребителей» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.23.

#### 2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы

#### 3. Содержание дисциплины:

Дисциплина «Поведение потребителей» является одной из профильных дисциплин для подготовки студентов по специальности «Реклама и связи с общественностью». Она входит в блок базовых дисциплин специализации, раскрывающих поведенческие аспекты реакции потребителей на стратегию и тактику маркетинга. Целью изучения дисциплины «Поведение потребителей» является формирование у студентов компетенций в области исследования, анализа и воздействия на потребительское поведение в условиях современного рынка. В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи: формирование комплексных знаний и навыков в области теории и практики работы с потребителями, рассмотрение сущности поведения потребителя и механизмов принятия решений о покупке; исследование влияния на поведение внешних и внутренних факторов, приобретение умения выявлять потребности, разрабатывать программы по формированию и модификации поведения потребителей, квалифицированно использовать маркетинговый инструментарий с учетом знаний в области поведения потребителей. Приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций. Программа учебной дисциплины «Поведение потребителей» разработана в соответствии с требованиями обязательного государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра.

#### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции- (ОК – 2):

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности- (ОПК – 6);

-способность организовывать и проводить социологические исследования – (ПК-10) .

#### 5. Форма контроля: экзамен

#### 4. Разработчик: Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Теория и практика рекламы»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1. Б. 24.

### **2. Объем дисциплины: 6 зачетных единиц .**

**3. Содержание дисциплины:** Роль рекламы в современном маркетинге. Основные организационные структуры рекламы и связей с общественностью. Технологии PR и рекламы. Коммуникации, реклама и связи с общественностью. Процесс и механизмы формирования корпоративной культуры организации рекламной деятельности. Общественное мнение в PR деятельности и рекламе. СМИ как основной канал воздействия PR технологий и рекламы.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах - (ОПК – 1);

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации– (ПК – 12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК-13);

- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности – (ПК - 14);

- владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве – (ПК-15).

### **5. Форма контроля: экзамен.**

### **6. Разработчик: Кучиева И.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы интегрированных коммуникаций»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.25.

### **2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Коммуникация и коммуникативные процессы в обществе. Причины возникновения и развития интегрированных коммуникаций. Определение интегрированных маркетинговых коммуникаций. Теоретические основы коммуникаций. Коммуникационные модели. Современные технологии, средства и инструменты интегрированных коммуникаций. Связи с общественностью в системе маркетинга и менеджмента коммуникации. Marketing mix и ИМК. Взаимосвязь Marketing mix и ИМК. Интегрированные коммуникации в рекламной деятельности. Средства распространения рекламы. Традиционные и нетрадиционные носители рекламы. Возможные барьеры процессу интеграции и проблемы использования ИК. Новые формы маркетинговых коммуникаций. Использование CRM программы в коммуникационной деятельности предприятия.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия – (ОПК – 4);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК - 6).

### **5. Форма контроля: экзамен.**

### **6. Разработчик: Кучиева И.Х..**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Экономический анализ деятельности предприятия»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Экономический анализ деятельности предприятия» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б. 26

### **2. Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы

### **3. Содержание дисциплины:** Экономика как наука и хозяйство. Содержание, предмет, задачи экономического анализа.

Содержание экономического анализа. Предмет и объект экономического анализа. Цель и задачи экономического анализа. Связь анализа хозяйственной деятельности с другими науками. Принципы и виды экономического анализа, его место в системе управления. Роль анализа хозяйственной деятельности в управлении производством и повышении его эффективности. Принципы анализа хозяйственной деятельности. Виды экономического анализа. Организация анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Основные правила организации анализа.

Анализ финансового состояния предприятия. Понятие и функции финансов. Приемы и методы финансового анализа. Методика анализа финансовой деятельности. Общий анализ финансового состояния.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы - (ПК - 2);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, доovor, контракт) – (ПК - 4).

### **5. Форма контроля:** зачёт

### **6. Разработчик:** Дзодзикова Ф.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Конкуренция на рынке товаров и услуг»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Конкуренция на рынке товаров и услуг» относится к дисциплинам Блока обязательной части – Б1. Б. 27.

### **2. Объем дисциплины: 3 зачетных единицы .**

**3. Содержание дисциплины:** Конкуренция на рынке товаров и услуг, ее предпосылки в современной экономике. Конкурентная среда и конкурентная функция. Сила и слабость конкурентов. Конкурентные позиции. Конкурентные действия. Конкурентный потенциал. Менеджмент конкурентных действий. Стратегии конкурентных действий. Разработка конкурентных стратегий. Стимулирование, организация и контроль применения стратегий конкурентных действий. Стратегический менеджмент конкурентных действий. Тактика конкурентных действий.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК – 4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Абаева С.К.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Финансы и кредит»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Финансы и кредит» относится к дисциплинам Блока обязательной части - Б1.Б. 28.

### **2. Объем дисциплины: 3 зачетных единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Деньги и денежный рынок в современной экономике. Классификация форм и видов денег. Эволюция денег:

причины, тенденции. Современное понятие сущности денег. Характеристика денег как экономической категории. Свойства современных денег. Взаимодействие денег с другими экономическими категориями и макроэкономическими параметрами. Функции и роль денег экономике. Деньги в сфере международного экономического оборота. Понятия резервных и коллективных валют.

Понятие денежной массы и ее измерение. Структура денежной массы: понятие и виды денежных агрегатов. Скорость обращения денег. Уровень монетизации экономики.

Понятие денежной эмиссии, ее формы. Безналичная эмиссия. Механизм денежного мультипликатора. Налично-денежная эмиссия: содержание и механизм.

Спрос и предложение на денежном рынке. Равновесие на денежном рынке. Денежный оборот: понятие, структура, классификация. Основы организации безналичного денежного оборота и его роль в экономике. Платежная система: понятие, виды, функции, элементы, особенности функционирования. Формы безналичных расчетов (формы перевода денежных средств) и их сравнительная характеристика. Современные платежные инструменты. Межбанковские расчеты.

Налично-денежный оборот: организация, особенности в России. Кредит как экономическая категория: сущность, структура, стадии движения, принципы. Функции и законы кредита. Понятие и характеристика границ кредита. Роль кредита в современной экономике. Понятие финансов, их место в системе экономических отношений. Отличия финансов от других денежных отношений. Внешние проявления финансов. Финансовые операции. Субъекты финансовых отношений. Роль и значение финансов. Место финансов в распределении ВВП и национального богатства. Роль финансов в обеспечении расширенного воспроизводства. Функции финансов, как проявление их сущности. Понятие финансовой политики.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК - 3).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Гагиева О.Х.**

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Теория и практика связей с общественностью»

#### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1. Б. 29.

#### **2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Роль связей с общественностью в современном обществе. Основные организационные структуры в связях с общественностью. Технологии PR. Коммуникации и имидж в сфере связей с общественностью. Процесс и механизмы формирования корпоративной культуры организации. Общественное мнение в PR деятельности. СМИ как основной канал воздействия PR технологий. Телефонные переговоры как форма коммуникативного взаимодействия.

#### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах – (ОПК – 1);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия - (ОПК – 4);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности – (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью – (ПК-1) .

#### **5. Форма контроля:** экзамен.

#### **6. Разработчик:** Абаева С.К.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинговые исследования»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к дисциплинам Блока 1 Обязательной части Б1.Б.30 учебного плана по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

### **2. Объем дисциплины: 4 зачетных единиц**

**3.Содержание дисциплины:** Содержание и направление маркетинговых исследований, процесс маркетинговых исследований, выбор методов проведения маркетинговых исследований, эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований, информация в маркетинговых исследованиях, определение методов сбора данных, составление анкет (вопросника), сбор и анализ данных, Организация выборочных полевых исследований, подготовка аналитического отчета о проведенном исследовании».

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК -9).

### **5. Форма контроля:** зачет, экзамен,

### **6. Разработчик:** Бекмурзаева З.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Правовое регулирование рекламной деятельности и PR»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Правовое регулирование рекламной деятельности и PR» относится к дисциплинам Блока обязательной части - Б1.Б. 31.

### **2. Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы

**3. Содержание дисциплины:** Предмет, содержание и задачи рекламной деятельности.

Объекты рекламной деятельности. Экономическая сущность рекламной деятельности и PR.

Предмет и основные принципы правового регулирования рекламной деятельности: Право в системе социальных норм. Понятие и виды рекламных правоотношений.

Государственное регулирование рекламной деятельности. Контроль за рекламной деятельностью Юридическая ответственность за правонарушения в рекламной деятельности. Интеллектуальная собственность в рекламе и PR. Понятие

интеллектуальной собственности. Авторское право в рекламе и PR. Правовая охрана средств индивидуализации участников товарооборота. Регулирование рекламных и PR рынков. Правовые способы борьбы с недобросовестной конкуренцией, монополизмом.

Государственная и общественная защита прав потребителей на добросовестную, правдивую и надлежащую рекламу. Право массовой информации. Правовое регулирование политической рекламы, агитации. Неформальные способы регулирования и саморегулирование рекламной и PR деятельности. Юридические подходы к организации проектной/контрактной деятельности.

Способы размещения заказа. Подготовка проектной документации (техническое задание, заявка, календарный план, контракт) Договоры в рекламные и PR. Регулирование рекламной и PR деятельности за рубежом

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности– (ОК – 4);

### **5. Форма контроля:** зачёт

### **6. Разработчик:** Дзанагова М.К.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы бизнес-планирования и проектной деятельности»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Основы бизнес-планирования и проектной деятельности» относится к дисциплинам Блока 1 Б1.Б.32. учебного плана по направлению бакалавриата 42.03.12, «Реклама и связи с общественностью»

### **2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы.

**3. Содержание дисциплины:** Введение в дисциплину. Содержание предпринимательской деятельности: объекты, субъекты и цели предпринимательства, внутренняя и внешняя среда. Организационно-правовые основы предпринимательской деятельности. Предпринимательская идея и ее выбор. Внутрифирменное предпринимательство. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности. Малый бизнес и его место в системе предпринимательства. Налогообложение предпринимательской деятельности. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5).

### **5. Форма контроля:** экзамен.

### **6. Разработчик:** Дзакоев З.Л.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Организация работы отделов рекламы и PR»

#### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и PR» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.33.

#### 2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Цель дисциплины: получение теоретических знаний о принципах построения отделов рекламы и PR в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела. Задачи изучения дисциплины:

- изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и PR;
- изучение роли и функций отдела в системе менеджмента организации, изучение задач и принципов функционирования отдела рекламы и PR;
- планирование работы отдела и составление бюджета;
- изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и PR в современных организациях.

#### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Выпускник программы должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью– (ОПК - 2);
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга – (ОПК-3);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью - (ПК-1);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – (ПК-8);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы – (ПК-16).

#### 5. Форма контроля: зачет.

#### 6. Разработчик: Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Ситуационный анализ»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Ситуационный анализ» относится к Блоку обязательной части Б1.Б.34

### **2. Объем дисциплины:** 3 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Исследование рынков и анализ рыночной ситуации. Роль информационного обеспечения анализа конъюнктуры рынка. Этапы процесса анализа конъюнктуры. Форма анализа конъюнктуры. Прогноз конъюнктуры. Понятие прогноза в общем виде и прогноза товарного рынка. Анализ отношения потребителей к определенной марке товаров. Анализ системы ценности потребителей. Анализ намерений потребителей. Анализ поведения потребителей при и после покупки. Основные цели товарной политики. Общая характеристика товаров. Маркетинговый анализ товаров. Анализ факторов, влияющих на ценообразование. Анализ ценовой политики конкурентов. Анализ изменения направлений и степени регулирования цен со стороны государственных и муниципальных органов власти. Общее содержание анализа рекламы. Определение экономической эффективности рекламы. Анализ эффективности рекламной политики фирмы в целом. Анализ влияния рекламы на покупательское поведение.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности– (ОК – 3);

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов – (ПК - 11).

### **5. Форма контроля:**

**6. Разработчик:** Бекмурзаева З.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Коммерческая деятельность»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Коммерческая деятельность» относится к дисциплинам Блока обязательной части - Б1.Б. 35

### **2. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц**

**3. Содержание дисциплины:** Предмет, содержание и задачи коммерческой деятельности.

Объекты коммерческой деятельности и коммерческих правоотношений. Субъекты коммерческих правоотношений. Экономическая сущность коммерческой деятельности и информации. Коммерческие риски. Организация расчётов в коммерческой деятельности. Организация биржевой торговли в коммерческой деятельности. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах) в коммерческой работе. Особенности коммерческой работы при совершении экспортно-импортных операций. Понятие, сущность и задачи рекламы в коммерческой деятельности.

Правовой механизм регулирования коммерческой деятельности. Коммерческие правоотношения. Организация связей в коммерческой деятельности. Виды договоров коммерческой деятельности. Штрафные санкции за нарушение договорных обязательств в коммерческой деятельности. Правовое регулирование конкуренции. Монополистическая деятельность на современном рынке. Организация таможенных операций в коммерческой деятельности. Развитие лизинга в России. Правовое регулирование лизинговой деятельности.

Правовые основы внешнеторговой деятельности. Правовые основы рынка ценных бумаг в коммерческой деятельности.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности – (ОК – 3);

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности – (ОПК-6);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы – (ПК-2).

### **5. Форма контроля: экзамен**

### **6. Разработчик: Абаева С.К.**

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Основы анализа и планирования рекламы»

#### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы анализа и планирования рекламы» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.36.

#### 2. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц .

**3. Содержание дисциплины:** Изучение дисциплины «Основы анализа и планирования рекламы» имеет целью ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных кампаний. Задачи изучения данной дисциплины:

- сформировать устойчивые представления о сущности рекламной кампании, ее цели и задачах;
- ознакомить с особенностями рекламных кампаний в различных сферах общественной жизни;
- научить студентов планировать и организовывать рекламные кампании для различных организаций и оценивать их эффективность;
- научить осуществлять эффективную коммуникационную деятельность в процессе проведения рекламных кампаний.

Программа курса построена на основе новых теоретических разработок в области рекламы, анализа современной рекламной практики, обусловленных объективными социально экономическими процессами и широким пониманием рекламы в жизни информационного общества.

#### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Выпускник программы должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия - (ОПК – 4);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью– (ПК – 1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы – (ПК - 2).

#### 5. Форма контроля: экзамен.

#### 6. Разработчик: Темиров К.В.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Маркетинг территорий»

#### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.37.

#### 2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы

#### 3. Содержание дисциплины:

Цели дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о маркетинге территорий как объективном явлении современного мира и самостоятельной отрасли маркетинга, влияние факторов маркетинга территорий на социально-экономическое развитие регионов, существующих проблемах привлечения инвестиций для развития территорий и регионов. Основные задачи учебной дисциплины:

- получение теоретических представлений о системе маркетинга территорий;
- формирование представление о практическом применении инструментов и стратегий маркетинга на отдельных территориях;
- изучить использование маркетинга территорий в качестве основного инструмента инвестиционной привлекательности местных сообществ;
- познакомить с существующими проблемами в развитии маркетинга территорий в России и мире;
- приобретение навыков разработки и применения необходимых механизмов для решения конкретных задач в области сегментирования рынка и позиционирования территории;
- выявлять и развивать конкурентные преимущества территории.

#### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Выпускник программы должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способность организовывать и проводить социологические исследования– (ПК – 10).

#### 5. Форма контроля: зачет.

#### 6. Разработчик: Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг инноваций»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Маркетинг инноваций» относится к Блоку обязательной части Б1.Б. 38

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Предмет цели и задачи курса, основные понятия. Мотивация создания, продажи и покупки инноваций. Инновационное предпринимательство. Малый бизнес и инновации. Технопарки. Бизнес инкубаторы. Размещение нового продукта на рынке. Организация системы сбыта нового продукта. Планирование цены и объема выпуска нового продукта.

### **4. Планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности – (ОПК - 6);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, доovor, контракт)– (ПК – 4);

- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации – (ПК – 5).

### **5. Форма контроля: зачет**

**6. Разработчик:** Бекмурзаева З.Х.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Рекламно – информационная деятельность в региональных государственных органах».

### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Рекламно – информационная деятельность в региональных государственных органах» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.39.

### 2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы

### 3. Содержание дисциплины: Этическая сторона регулирования рекламно-информационной деятельности. Государственный контроль в области рекламы. Интеллектуальные права в рекламно-информационной деятельности. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе устный опрос. Развитие государственного регулирования рекламно-информационной деятельности. Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности. Интеллектуальные права в рекламно-информационной деятельности.

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия- (ОПК – 5);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - (ПК – 7);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК - 13);
- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности – (ПК - 14) .

### 5. Форма контроля: зачёт

### 6. Разработчик Темиров К.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Имиджелогия»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Имиджелогия» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1. Б. 40.

### **2. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы**

### **3. Содержание дисциплины: Имиджирование: значение и особенности развития.**

Виды имиджирования: педагогическая, политическая, профессиональная, управленческая, корпоративная, юридическая, медицинская. Место имиджелогии среди общественных наук. Методы познания имиджелогии. Объекты и субъекты имиджелогии. Психологические основы имиджелогии. Связь имиджа и PR. Имиджирование, как форма самопрезентации в PR и маркетинге.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия – (ОК - 5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию – (ОК - 7);

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия- (ОПК - 5);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК - 1).

### **5. Форма контроля: экзамен**

### **6. Разработчик: Наниева Л.В.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Планирование и организация рекламных кампаний»**

#### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Планирование и организация рекламных кампаний» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.41.

#### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Роль рекламы в современном маркетинге. Основные организационные структуры рекламы и связей с общественностью. Технологии PR и рекламы. Коммуникации, реклама и связи с общественностью. Процесс и механизмы формирования корпоративной культуры организации рекламной деятельности. Общественное мнение в PR деятельности и рекламе. СМИ как основной канал воздействия PR технологий и рекламы.

#### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия - (ОПК – 4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия – (ОПК – 5);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – (ПК-7);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК-13).

#### **5. Форма контроля: экзамен**

#### **6. Разработчик: Кучиева И.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Имиджмейкер в политике и бизнесе»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Имиджмейкер в политике и бизнесе» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1. Б. 42.

**2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы – 144 часа.

**3. Содержание дисциплины:** Имиджирование: значение и особенности развития. Объекты и субъекты имиджелогии. Психологические основы имиджелогии и психологический образ имиджмейкера в политике и управлении. Создание делового имиджа. Связь имиджа и PR. Имиджирование, как форма самопрезентации в PR и маркетинге. Имидж – стратегия в развитии управления и политики. Бизнес – имиджмейкер. Типы имиджмейкера в политике. Правовое регулирование процесса имиджирования в бизнесе и политике.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия – (ОК- 5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию – (ОК – 7);

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

**5. Форма контроля:** экзамен

**6. Разработчик:** Наниева Л.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Планирование и организация PR-кампаний»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Планирование и организация PR-кампаний» относится к дисциплинам Блока 1 базовой части Б1.Б.43.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Программа курса «Планирование и организация PR-кампаний» представляет собой специально организованный образовательный инструментарий для активизации самостоятельной, интеллектуальной и творческой работы с целью помочь студентам выстроить собственные представления и понимание необходимости разработки рекламных кампаний в деятельности предприятий, фирм и компаний. Предметом курса «Планирование и организация PR-кампаний», являются теоретическо-исследовательские, практические и методологические основы разработки рекламного и PR сопровождения проекта. Программа дает целостное представление о характере и специфике рекламной работы. Цель курса – дать студентам теоретические и практические знания, умения и навыки использования разработки рекламных и PR – кампаний. Основными задачами курса являются:

- сформировать комплекс знаний о рекламной и PR–кампаниях;
- выработать представление об основных видах и этапах разработки рекламной и PR-кампаний;
- сформировать комплекс представлений о маркетинговых исследованиях и его инструментах.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **5. Форма контроля: зачет.**

### **6. Разработчик: Кучиева И.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Физическая культура»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Физическая культура» относится к дисциплинам Блока обязательной части Б1.Б.44

**2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы – 72 часа

**3. Содержание дисциплины:** Содержание программ базовой и элективной частей дисциплины «Физическая культура и спорт» включает в качестве обязательного минимума следующие дидактические единицы, интегрирующие тематику теоретического и практического разделов:

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов и социокультурное развитие личности студента.

Социально-биологические основы физической культуры.

Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья

Психофизиологические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности.

Средства физической культуры в регулировании работоспособности

Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания

Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями

Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.

Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.

Диагностика при занятиях физическими упражнениями и спортом.

Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности- (ОК – 8).

**5. Форма контроля:** зачет.

**6. Разработчик:** Карасев Д.Ю.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Медиапланирование»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Медиапланирование» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1.В.01

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы –**

**3.Содержание дисциплины:** Место медиапланирования в рекламном процессе. Характеристики каналов массовой коммуникации. Исследования аудитории. Медиапланировочные характеристики и их интерпретация. Стоимостные показатели медиапланирования. Рекламно-маркетинговая стратегия использования СМК. Основные составляющие медиаплана. Стратегии медиапланирования. Выбор медианосителей, медиамикс. Закупка рекламного времени. Оптимизация медиаплана. Составление графика и распределение бюджета медиаплана. Контроль выполнения медиаплана и оценка его эффективности.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, доовор, контракт) - (ПК – 4);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – (ПК – 7).

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Абаева С.К.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Организация малого бизнеса»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Организация малого бизнеса» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1.В.02

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Современная концепция малого бизнеса в экономике. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса. Организация собственного дела и государственная поддержка малого бизнеса. Виды малого бизнеса и современные формы его организации. Договорные отношения малого бизнеса. Менеджмент в малом бизнесе. Специфика маркетинга на малых предприятиях. Источники инвестиций малого предприятия и инновационный потенциал малого бизнеса. Финансирование предприятий малого бизнеса и налоговая политика государства в отношении малого бизнеса.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами – (ПК – 3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации – (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – (ПК – 7).

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Темиров К.В.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Деловые коммуникации»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Деловые коммуникации» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1. В. 03.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетных единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Основные понятия, цели и задачи дисциплины. Методы и функции деловых коммуникаций. Типы коммуникаций. Психологические основы деловых отношений. Этические принципы и характер деловых коммуникаций. Деловое общение. Роль и место этики в деловом общении. Этика делового общения. Механизмы формирования имиджа. Особенности создания имиджа делового человека. Подготовка к переговорам. Деловые переговоры. Типы конфликтов и управление конфликтной ситуацией. Стиль сотрудничества в деловом общении. Барьеры делового общения. Стиль и социально-психологические проблемы руководителя. Стиль конкуренции и сотрудничества. Правовое регулирование деловых отношений. Основные положения законных и подзаконных актов. Виды договоров в деловых отношениях. Составление договоров и юридическая ответственность.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия) – (ОК - 5);

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации– (ПК – 12).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Темиров К.В.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Выразительные средства рекламы»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Выразительные средства рекламы» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1.В.04.01

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины** Реклама и теория коммуникации. Фирменный стиль. Задачи иллюстрирования в рекламе. Место иллюстрации в объявлении. Размер иллюстрации. Форма рекламного обращения. Содержание иллюстрации. Представление визуальной информации. Функции цвета в рекламе. Композиция в рекламе. Технологии рекламного креатива. Современные творческие рекламные стратегии.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах – (ОПК – 1);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – (ПК-8).

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Темиров К.В.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Брендинг и ребрендинг»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Брендинг и ребрендинг» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1.В.04.02

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы

- 3. Содержание дисциплины** Предмет, цели и задачи дисциплины. Межпредметные связи. Основные понятия: торговая марка, знак обслуживания, бренд, брендинг. Значение брендинга в продвижении продукции и услуг общественного питания. Формирование комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в брендинге. Особенности формирования брендов на различных типах рынков. Процесс разработка бренда. Аналитические процедуры в брендинге. Позиционирование бренда.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга - (ОПК – 3);

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия – (ОПК-4);

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия – (ОПК - 5);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – (ПК-7).

### **5. Форма контроля:** зачет

### **6. Разработчик:** Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ** **«Международный опыт в рекламном бизнесе»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Международный опыт в рекламном бизнесе» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1.В.04.03.

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** саморегулирования в сфере рекламы, принципы практики саморегулирования, Европейский альянс по стандартам в рекламе, меры воздействия на нарушителей правил саморегулировании, новые правила для осуществления рекламных рассылок, саморегулирование рекламной деятельности в России, Ассоциация коммуникационных агентств России, Совета ассоциаций медийной индустрии.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью – (ОПК - 2);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности – (ОПК – б);
- способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

### **5. Форма контроля:** зачёт

### **6. Разработчик:** Наниева Л.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Организация протокольных мероприятий»**

#### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Организация протокольных мероприятий» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1.В.04.04.

#### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Виды протоколов. Требования к оформлению текста протоколов, организация проведения совещаний, общие вопросы подготовки совещания, подготовка секретаря к совещанию, основные правила проведения совещания, проведение оперативного совещания, проведение планового совещания.

#### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия– (ОК – 5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации– (ПК – 6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – (ПК-7) .

#### **5. Форма контроля:** зачет

#### **6. Разработчик:** Наниева Л.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Лаборатория рекламы: VTL- технологии»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Лаборатория рекламы: VTL- технологии» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.04.05.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** промоакции; установление многоступенчатых программ по стимулированию сбыта; вирусный маркетинг; конференции и круглые столы; выставки, ярмарки, стенды, спонсорство мероприятий; внутриотраслевые мероприятия (B2B party); разнообразные рассылки (почтовые, sms, e-mail и пр.); управление базами данных клиентов и сотрудников товаропроводящей цепи

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия- (ОПК – 4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия контент - (ОПК - 5);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – (ПК-8);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК-13).

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Технология управления общественным мнением»**

#### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Технология управления общественным мнением» относится к дисциплинам Блока 1 вариативной части Б1.В.04.06

#### **2. Объем дисциплины: 2 зачётные единицы**

#### **3. Содержание дисциплины**

Общественное мнение: сущность, характерные черты и функции. Общественное мнение и общественное сознание в условиях массовой коммуникации. Структура и механизм формирования общественного мнения. Изучение общественного мнения. Технология управления общественным мнением. Методы управления общественным мнением: пропаганда, агитация, просвещение, образование, наглядная агитация. Технологии социальных манипуляций. Каналы массовой коммуникации и специфика их воздействия на общественное мнение. Использование механизмов восприятия в процессе управления массовым сознанием и поведением.

#### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия – (ОК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий– (ПК – 7).

#### **5. Форма контроля: зачёт**

#### **6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Реклама и связи с общественностью в политике»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в политике» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1. В. 04. 07.

### **2. Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы

**3. Содержание дисциплины:** Коммуникация и коммуникативные процессы в политической системе. Причины возникновения и развития связей с общественностью. Эволюция процесса продвижения PR в политических системах. Цели, задачи и функции связей с общественностью. Роль связей с общественностью в современном обществе. Организация процесса публичных рилейшнз. Уровни реализации PR-мероприятий. PR как система управления общественным мнением. Объекты публичных рилейшнз. Субъекты публичных рилейшнз. Виды пиара. Коммуникации в организациях. PR в политике. PR в бизнесе. PR и средства массовой информации. Средства взаимодействия. Характеристика функций и обязанностей современного специалиста по связям с общественностью. Службы по связям с общественностью. Методы публичных рилейшнз, взаимодействия фирмы с общественностью. Технологии публичных рилейшнз. Службы PR в органах государственной (муниципальной) власти. Задачи и функции службы PR в органах государственной власти. Методы взаимодействия органов государственной власти со средствами массовой информации. Особенности реализации PR-проектов в органах государственной власти. PR в избирательном процессе (основные этапы). Исследование целевой аудитории. Планирование избирательной PR-кампании. Построение системы коммуникации и оценка итогов кампании. Оценка эффективности PR-кампании.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью– (ОПК – 2);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации – (ПК-12).

### **5. Форма контроля:** зачёт

### **6. Разработчик:** Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ** **«Реклама и связи с общественностью в бизнесе и некоммерческой деятельности»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в бизнесе и некоммерческой деятельности» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1. В. 05.

### **2. Объем дисциплины:** 4 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Коммуникация и коммуникативные процессы коммерческой и некоммерческой деятельности. Причины возникновения и развития связей с общественностью в бизнесе. Процесс продвижения PR в коммерции и бизнесе. Цели, задачи и функции связей с общественностью. Роль связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой деятельности. Организация процесса публичных отношений. Уровни реализации PR-мероприятий. PR как система управления бизнесом. Объекты публичных отношений. Субъекты публичных отношений. Виды пиара. Коммуникации в организациях PR в политике. PR в бизнесе. PR и средства массовой информации. Средства взаимодействия. Характеристика функций и обязанностей современного специалиста по связям с общественностью. Службы по связям с общественностью. Методы публичных отношений, взаимодействия фирмы с общественностью. Технологии публичных отношений. Службы PR в органах государственной (муниципальной) власти. Задачи и функции службы PR в органах государственной власти. Методы взаимодействия органов государственной власти со средствами массовой информации. Особенности реализации PR -проектов в органах государственной власти. PR в избирательном процессе (основные этапы). Исследование целевой аудитории. Планирование избирательной PR-кампании. Построение системы коммуникации и оценка итогов кампании. Оценка эффективности PR-кампании.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью– (ОПК – 2);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации – (ПК-12).

### **5. Форма контроля:** экзамен.

### **6. Разработчик:** Кучиева И.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «PR в избирательном процессе»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «PR в избирательном процессе» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1. В. 06.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

### **3. Содержание дисциплины: PR технологии в избирательной кампании.**

Особенности PR и общественных связей в избирательной кампании. Задачи и функции службы PR в органах государственной власти. Методы взаимодействия органов государственной власти со средствами массовой информации. Особенности реализации PR -проектов в органах государственной власти. PR в избирательном процессе (основные этапы). Исследование целевой аудитории. Планирование избирательной PR-кампании. Построение системы коммуникации и оценка итогов кампании. Оценка эффективности PR-кампании.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью– (ОПК – 2);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)– (ПК-4);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Наниева Л.В.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Особенности рекламы и в банковской деятельности»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Особенности рекламы и в банковской деятельности» относится к дисциплинам Блока вариативной части Б1.В.07..

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** имиджевая и информационная банковская реклама; согласование рекламно-маркетинговых стратегий; ограничения в банковской рекламе; отличие банковского PR от PR в других областях; создание имиджа банков; взаимоотношения со СМИ; взаимоотношения с клиентами банка; взаимоотношения в коллективе банка.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью– (ОПК – 2);

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации – (ПК-12).

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Темиров К.В.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Элективные курсы по физической культуре и спорту»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» Б1.В.08. учебного плана по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

### **2. Объем дисциплины: зачетные единицы.**

**3. Содержание дисциплины:** Процесс преподавания дисциплины направлен на формирование и развитие общекультурной компетенции: владение средствами самостоятельного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, готовность к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. В результате изучения дисциплины студент должен знать: роль физической культуры в поддержании здоровья; способы формирования мотивационно-ценностного отношения к физической культуре с установкой на здоровый образ жизни; уметь поддерживать самостоятельно свой организм в хорошей физической форме; владеть навыками физического совершенствования и самовоспитания, удовлетворения потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

### **5. Форма контроля: зачет.**

### **6. Разработчик: Карасев Д.Ю.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Политология»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Политология» относится к Блоку дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.01.01

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Политология как наука и учебная дисциплина. Типы политических систем. Государство как институт политической системы: понятие, содержание, типы. Политическая власть. Партии в механизме политической власти. Общественные организации и движения. Личность и политика. Сущность политической субъективности личности. Политическая элита и политическое лидерство. Политические отношения и процессы. Понятие общественных отношений, основные признаки.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции – (ОК – 1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции– (ОК – 2).
- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Дзахова Л.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Логика»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Логика» относится к Блоку 1 дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.01.02

### **2. Объем дисциплины:** 3 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Предмет и задачи дисциплины. Логический анализ языка. Основные формально-логические законы. Понятие как форма логического мышления. Определение. Суждение. Силлогистика. Умозаключение: индуктивные умозаключения. Логические основы теории аргументации и критики. Доказательство и опровержение.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции – (ОК – 1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции– (ОК – 2).
- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)

### **5. Форма контроля:** зачёт

### **6. Разработчик:** Дзахова Л.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Логистика»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Логистика» относится к вариативной части дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.02.01. учебного плана по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

### **2. Объем дисциплины:** 3 зачетные единицы.

**3. Содержание дисциплины:** История развития логистики. Содержание дисциплины и её значение. Основные показатели логистики. Логистические аспекты товародвижения. Логистика закупок. Определение потребности закупки. Управление поставками. Информационная система логистики. Производственная логистика. Формирование запаса и контроль за поставками. Распределительная логистика. Логистика складирования. Транспортная логистика. Координация управления грузопотоками.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы (ПК-2);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, доовор, контракт)проекта (ПК-4).

### **5. Форма контроля:** зачет.

### **6. Разработчик:** Темиров К.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Логистика в бизнесе»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Логистика в бизнесе» относится к дисциплинам Блока 1 дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.02.02

### **2. Объем дисциплины:** 3 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** История развития логистики. Содержание дисциплины и её значение. Основные показатели логистики. Логистические аспекты товародвижения. Логистика закупок. Определение потребности закупки. Управление поставками. Информационная система логистики. Производственная логистика. Формирование запаса и контроль за поставками. Распределительная логистика. Логистика складирования. Транспортная логистика. Координация управления грузопотоками.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

– владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы (ПК-2);

– владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, доовор, контракт)проекта (ПК-4).

**5. Форма контроля:** зачет

**6. Разработчик:** Темиров К.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Инновационная деятельность»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Инновационная деятельность» относится к Блоку 1 дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.03.01

### **2. Объем дисциплины:** 1 зачетная единица

**3. Содержание дисциплины:** Инновационная деятельность как объект управления. Основные принципы и особенности управления инновационными процессами. Управление инновационными технологиями и организация инновационных процессов на уровне предприятия. Жизненные циклы развития инноваций. Эффективность внедрения инновационных технологий. Методы расчета эффективности инноваций.

### **4. Планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности – (ОПК – 6);
- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации – (ПК - 5).

### **5. Форма контроля:** зачет

### **6. Разработчик:** Темиров К.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Офисные технологии»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Офисные технологии» относится к Блоку 1 дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.03.02

### **2. Объем дисциплины:** 1 зачетная единица

**3. Содержание дисциплины:** Предмет цели и задачи курса, основные понятия. Расположение и оформление основных реквизитов документов. Организация эффективной работы с документами. Язык и стиль документов. Личные документы по персоналу. Составление заявлений, резюме, автобиографии. Составление и оформление документов организации. Составление и оформление служебных писем.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности – (ОПК – 6);

- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации – (ПК - 5).

### **5. Форма контроля:** зачет

### **6. Разработчик:** Темиров К.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Мерчендайзинг»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Мерчендайзинг» относится к дисциплинам Блока дисциплин по выбору - Б1.Б.ДВ. 04.01.

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Определение, цели, задачи и принципы мерчендайзинга. История и современное развитие мерчендайзинга. Особенности поведения покупателей Особенности мерчендайзинга поставщика. Мерчендайзинговый подход к планировке торгового предприятия. Эффективное размещение торгового оборудования. Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчендайзинга. Место интернет-торговли в современной рознице. Функции мерчендайзера в интернет-магазине. Специфические инструменты мерчендайзинга.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы– (ПК – 8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы- (ПК – 16).

### **5. Форма контроля:** зачёт

### **6. Разработчик:** Темиров К.В.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Внутримагазинная реклама»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Внутримагазинная реклама» относится к дисциплинам Блока дисциплин по выбору - Б1.Б.ДВ. 04.02.

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Определение, цели, задачи и принципы мерчендайзинга. История и современное развитие мерчендайзинга. Особенности поведения покупателей в магазине. Особенности мерчендайзинга на торговом предприятии. Мерчендайзинговый подход к планировке торгового предприятия. Эффективное размещение торгового оборудования. Мерчендайзинговый подход к выкладке товаров. Внутримагазинная информация и сэмплинг как инструменты мерчендайзинга. Место интернет-торговли в современной рознице. Функции мерчендайзера в интернет-магазине. Специфические инструменты мерчендайзинга.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы– (ПК – 8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы- (ПК – 16).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Компьютерный дизайн»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Компьютерный дизайн»

относится к Блоку 1 дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.05.01

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Подготовка публикаций с помощью настольной издательской системы. Создание визитной карточки с помощью MS Publisher. Разработка оригинал-макета информационного буклета в MS Publisher. Создание календарей с помощью MS Publisher. Верстка газеты в MS Publisher. Подготовка веб-сайта в MS Publisher. Подготовка веб-сайта в MS Publisher. Программные средства Векторная графика: особенности, форматы, стили.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы– (ПК – 8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы- (ПК – 16).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Информационные технологии»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Информационные технологии» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 базовой части Б1.В.ДВ.05.02. учебного плана по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы.

**3. Содержание дисциплины:** Информационные технологии: современное состояние, роль в бизнесе и тенденции развития. Моделирование бизнес-процессов. Управление данными. Информационные системы в управлении предприятием. Использование СУБД в управлении. Управление знаниями и интеллектуальные технологии. Электронные продажи, маркетинг. Управление ИТ

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы– (ПК – 8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы- (ПК – 16).

### **5. Форма контроля:** зачет.

### **6. Разработчик:** Бекмурзаева З.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«GR и политические технологии»**

#### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «GR и политические технологии» относится к дисциплинам Блока 1 дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.06.01

#### **2. Объем дисциплины: 1 зачетная единица**

**3. Содержание дисциплины:** сущность Government Relations; различие между GR и лоббизмом; различие между GR и PA; работа специалиста по GR; функции специалиста по GR относятся; политические технологии; задачи службы по связям с общественностью в органах государственной власти.

#### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия- (ОПК – 4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия- (ОПК – 5);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – (ПК-8);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК-13) .

#### **5. Форма контроля: зачет**

#### **6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ** **«Стимулирование сбыта»**

1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Стимулирование сбыта» относится к дисциплинам Блока 1 дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.06.02.

2. Объем дисциплины: 1 зачетная единица

3. Содержание дисциплины: сущность стимулирования сбыта; цели стимулирования сбыта; основные преимущества и недостатки стимулирования сбыта; стимулирование сбыта по отношению к продавцам; виды стимулирования потребителей; план стимулирования сбыта.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Выпускник должен обладать следующими компетенциями

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия- (ОПК – 4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия- (ОПК – 5);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – (ПК-8);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК-13) .

5. **Форма контроля:** зачет

6. **Разработчик:** Бекмурзаева З.Х.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Копирайтинг»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Копирайтинг» относится Блоку 1 дисциплин по выбору  
Б1.В.ДВ.07.01

### **2. Объем дисциплины:** 2 зачетные единицы

**3. Содержание дисциплины:** Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса. Ключевые понятия и основная терминология. Многообразие типов текстов для печатной рекламы: заголовков, подпись к рисунку, слоган, логотип, тексты для телевизионной, радио рекламы и рекламы в интерактивных средствах информации. Процесс создания рекламного объявления: поиск идеи, создания текста и заголовка, учет композиционных и стилевых особенностей, и презентация рекламного продукта руководству агентства или клиенту. Классификация стилей рекламных текстов и различные подходы, используемые при их создании. Позиция копирайтера. Темперамент копирайтера, умение работать в команде. Аннотация как документ, содержащий весь первоначальный материал, который необходим агентству для разработки крепкой рекламной стратегии. Модификация аннотации в рекламную стратегию в соответствии с запросами и бюджетом клиента. Рекламная стратегия как документ, устанавливающий нормы и принципы работы для всех подразделений агентства, гарантирующий их работу на одну и ту же цель. Творческое резюме (бриф)- креативная аннотация. Креативная стратегия- документ, устанавливающий критерии поведения рекламной компании во всех средствах информации. Слоган (фирменный лозунг) как интегральная часть не только отдельного рекламного объявления, но и всей рекламной компании. Органическое сочетание слогана с фирменным стилем. Направленность на конкретную целевую аудиторию. Прямолинейность, невозможность двоякого толкования. Краткость, легкое запоминание, оригинальность. Уверенность и часто даже напористость. Упоминание названия фирмы или преимущества рекламируемого товара. Логотип (шрифтовой фирменный знак)- оригинальное начертание сокращенного наименования фирмы или товарной серии или отдельного вида товара.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга - (ОПК-3);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы- (ПК – 8);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы- (ПК – 16).

- 5. Форма контроля: зачёт**
- 6. Разработчик: Абаева С.К.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Разработка текстов»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Разработка текстов» относится Блоку 1 дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.07.02

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы**

**3. Содержание дисциплины:** Основы письменной коммуникации и классификация PR материалов. Контролируемые организацией PR материалы для внешней аудитории. Не контролируемые организацией PR-материалы, предназначенные для средств массовой информации. Принципы составления рекламных текстов. Правила составления политической рекламы. Творческая платформа и концепция рекламы. Рекламные сообщения с точки зрения их языкового своеобразия. Структура рекламного текста. Особенности рекламной риторики.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга - (ОПК-3);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы- (ПК – 8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы- (ПК – 16).

### **5. Форма контроля: зачёт**

### **6. Разработчик: Абаева С.К.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Коммуникации в органах власти»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Коммуникации в органах власти» относится к дисциплинам факультатива ФТД.В.01

### **2. Объем дисциплины: 2 зачетная единица**

**3. Содержание дисциплины:** Общественность и общественное мнение. Основы коммуникации в связях с общественностью. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления. Связи с общественностью в органах власти. Управление имиджем и репутацией и проведение общественных кампаний. Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении. Правовые и этические основы связей с общественностью.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)

### **5. Форма контроля: зачет**

### **6. Разработчик: Бекмурзаева З.Х.**

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Аудиовизуальные техники в рекламе»**

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП.**

Дисциплина «Аудиовизуальные техники в рекламе» относится к дисциплинам факультатива ФТД.В.02

### **2. Объем дисциплины:** 1 зачетная единица

**3. Содержание дисциплины:** Сущность понятия аудиовизуальных технологий. Аудиовизуальная культура и пути ее формирования. Опыт использования аудиовизуальных технологий. Российский опыт внедрения аудиовизуальных технологий в деятельность организаций. Возможности трансформации электронных образов в разные визуальные формы, а также их связь с другими модальными характеристиками в соответствии с социально-эстетическими авторскими задачами.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)
- **5. Форма контроля:**
- **6.. Разработчик:** Абаева С.К.

## Аннотация рабочей практики

**Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков в научно-исследовательской деятельности**

### **7. Место практики в структуре ОПОП.**

В структуре ООП - **Б2.В.01(У)**

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков в научно-исследовательской деятельности относится к Блоку 2 вариативной части Б2.В.01 (У) учебного плана по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

**8. Объем практики:** 18 зачетные единицы

**9. Содержание учебной практики:** Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков в научно-исследовательской деятельности состоит из следующих разделов.

**Подготовительный этап.** Организационные мероприятия, установочная конференция, написание и корректировка плана работы.

**Ознакомительный этап.** Изучение деятельности органа, учреждения, организации в целом и избранного структурного подразделения.

**Экспериментальный этап.** Мероприятия по сбору, обработке и систематизации критического и фактического материала, наблюдения, обработка и анализ полученной информации, обработка и анализ полученного материала; подготовка и оформление отчета о прохождении практики; предоставление отчета и дневника на кафедру; защита работы с использованием презентации.

**Заключительный этап.** Организационные мероприятия: итоговая конференция с представлением (презентацией) работы по материалам проведенного исследования.

### **10. Планируемые результаты обучения в процессе прохождения практики.**

В результате прохождения учебной практики у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК – 3);

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде - (ОК – 5);

- Способность к самоорганизации и самообразованию – (ОК -7);

- Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности– (ОПК – 6);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малым коллективами (ПК-3);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

**5. Форма контроля:** дифференцированный зчет

**6. Разработчик:** Наниева Л.В.

## Аннотация рабочей программы Научно-исследовательской работа

### 1. Место практики в структуре ОПОП.

В структуре ООП - **Б2.В.02(Н)**

Научно- исследовательская работа базируется на освоении базовой и вариативной частей профессионального цикла подготовки по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью ОЗО».

НИР согласно учебному плану по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью ОЗО» (заочная форма обучения). Практика осуществляется после освоения дисциплин профессионального цикла.

**2. Объем практики:** 6 зачетные единицы

**3. Содержание практики:** Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков состоит из следующих разделов.

Подготовительный этап: ознакомительные лекции и встречи; управленческие тренинги; выбор темы исследования.

Исследовательский этап: посещение библиотеки СОГУ; сбор, обработка и систематизация фактического материала; работа с информационными ресурсами; консультации руководителей и ведущих преподавателей кафедры; встречи с предпринимателями, руководителями предприятий и учреждений, представителями органов власти; производственные и ознакомительные экскурсии.

Экспериментальный этап: обработка и анализ полученного материала; подготовка и оформление отчета о прохождении практики; предоставление отчета и дневника на кафедру; защита работы с использованием презентации.

### 4. Планируемые результаты обучения в процессе прохождения практики.

В результате прохождения учебной практики у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью – (ПК – 1);

- Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы - (ПК – 2);

- Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами – (ПК -3);

- Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации - (ПК-5);

- Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации – (ПК – 6);

- Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – (ПК – 7);

- Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – (ПК – 8);

- Способность проводить маркетинговые исследования – (ПК – 9);
- Способность организовывать и проводить социологические исследования - (ПК-10);
- Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов – (ПК-11);
- Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации – (ПК-12);
- Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК-13);
- Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности – (ПК-14);
- Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве – (ПК-15);
- Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы – (ПК-16).

**5. Форма контроля:** дифференцированный зачет

**6. Разработчик:** Абаева С.К.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

### Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

#### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности относится к дисциплинам Блока 2 вариативная часть Б2.В.03(П) учебного плана подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 «Рекламам и связи с общественностью»

#### 2. Объем дисциплины: 12 зачетные единицы

#### 3. Содержание практики:

1. Общая характеристика предприятия
2. Структура управления предприятием
3. Организация работы предприятия.
4. Маркетинговая деятельность предприятия.
5. Информационное и документационное обеспечение маркетинговой деятельности на предприятии.
6. Анализ финансово-экономических показателей предприятия.

#### Этапы практики:

##### Подготовительный (ознакомительный) этап :

Проведение установочной конференции в форме контактной работы, знакомство обучающегося с программой практики, индивидуальным заданием, рабочим графиком (планом) проведения практики, с формой и содержанием отчетной документации, прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

**Основной этап включает** виды и формы работы, определяемые научным руководителем, в том числе: – знакомство с деятельностью организации и соответствующего структурного подразделения; – исследовательская деятельность; – создание по заданию организации рекламных и PR-текстов; – участие в коммуникационных кампаниях и мероприятиях; – участие в процессе коммуникации организации с целевыми группами общественности в сети Интернет; – подготовка планово-отчетных материалов, определенных руководителем базы практики; и др.

**Заключительный этап:** Подготовка отчетной документации, получение характеристики о работе и (или) характеристики – отзыва руководителя практики от университета, представление отчетной документации на кафедру, прохождение промежуточной аттестации по практике. На заключительном этапе обучающийся составляет отчет о прохождении производственной практики. Отчет утверждается протоколом заседания кафедры; (дифференцированный) зачет как форма контроля по практике выставляется руководителем обучающегося по результатам защиты отчета.

#### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

- Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

- Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью – (ПК – 1);

- Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы - (ПК – 2);

- Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами – (ПК -3);

- Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации - (ПК-5);

- Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации – (ПК – 6);

- Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – (ПК – 7);

- Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы – (ПК – 8);

- Способность проводить маркетинговые исследования – (ПК – 9);

- Способность организовывать и проводить социологические исследования - (ПК-10);

- Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов – (ПК-11);

- Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации – (ПК-12);

- Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия – (ПК-13);

- Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности – (ПК-14);

- Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве – (ПК-15);

- Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы – (ПК-16).

**5. Форма контроля:** дифференцированный зачет

**6. Разработчик:** Караев А.Б.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ Преддипломной практики

### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Преддипломная практика относится к Блоку 2 вариативной части Б2.В.04(Пд), является составной частью профессиональной образовательной программы. Преддипломную практику согласно учебному плану по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» обучающиеся проходят во 2-ом семестре.

**2. Объем дисциплины:** 6 зачетных единиц.

### 3. Содержание практики:

Преддипломная практика является завершающим этапом обучения и проводится после освоения студентами программы теоретического и практического обучения. Результаты прохождения преддипломной практики должны быть оформлены в виде отчета и содержать:

- **Общая характеристика предприятия:** цели и задачи предприятия; объём деятельности предприятия; миссия и имидж предприятия; характер деятельности предприятия; место предприятия в экономике республики.

- **Организационная структура управления:** организационная структура управления деятельностью предприятия с учетом его организационно – правовой формы; структура и функции аппарата управления предприятия.

- **Технология деятельности предприятия:** изучение технологии организации производственной деятельности предприятия или организации оптовой и розничной торговли (в зависимости от места прохождения практики); изучение организации закупочной работы на предприятии (разработка условий договоров и их заключение, контроль выполнения условий договора).

- **Информационная система управления:** массивы информации; коммуникации между уровнями управления и подразделениями; коммуникации между предприятием и внешней средой; средства передачи и преобразования информации;

- **Анализ экономико – финансовой деятельности предприятия:** изучить деятельность экономических служб; изучить механизм формирования, распределения и использования прибыли, а также резервы увеличения прибыли и рентабельности; на основе бухгалтерского баланса уметь рассчитывать и оценивать показатели финансового состояния предприятия; дать комплексную оценку финансового положения предприятия, определить основные финансовые проблемы.

- **Управление маркетингом:** организация службы маркетинга на предприятии и её функции; задачи и организацию подсистемы маркетинговых исследований рынка и возможностей предприятия.

- **Исследование товарной политики предприятия:** ассортиментная политика предприятия (по видам товаров и товарным группам, принцип специализации в организации торговли или производства); организация процесса формирования ассортимента на предприятии торговли (или планирования ассортимента на производстве), принципы формирования; подготовка и внедрение нового товара; работа с товаром на стадии спада спроса на него.

- **Изучение сбытовой политики предприятия:** изучение каналов сбыта товаров; структура и уровень каналов распределения; методы реализации товаров в посреднических структурах; методы реализации товаров в предприятия розничной торговли.

- **Комплексное исследование рынка:** изучение требований потребителя к товару; определение уровня конкурентоспособности выпускаемой или продаваемой продукции, и

её соответствия характеру запросов конкретного рынка и его сегментов; изучение экономической конъюнктуры и емкости рынка; исследование внешней среды предприятия, в том числе экономических, демографических, природных и социальных условий его работы; анализ рыночной сегментации и исследование отдельных рыночных сегментов с целью выявления наиболее соответствующих запросам потребителей и возможностям предприятия целевых рынков.

• **Исследование ценовой политики предприятия:** изучение действующих цен; порядок ценообразования на предприятии; изучение ценовой политики предприятия (установление цен на новые товары, соответствие цены и рыночного сегмента, использование ценовых стратегий и их виды, соотношение цены и качества товара); изучение ценовой политики конкурентов; изучение эластичности спроса и определение чувствительности к цене на основе исследования системы ценностей потребителей.

• **Маркетинговые коммуникации предприятия:** элементы маркетинговых коммуникаций, применяемых на предприятии; планирование продвижения товара на рынке; стратегию и тактику предприятия в области рекламы и её эффективность; реклама внутри предприятия, реклама внешняя; планирование и проведение рекламных кампаний, расчет экономической эффективности; методы стимулирования сбыта; планирование и проведение PR – кампаний.

**Заключительный этап**

Подготовка отчетной документации, получение характеристики о работе и (или) характеристики – отзыва руководителя практики от университета, представление отчетной документации на кафедру, прохождение промежуточной аттестации по практике.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.**

В результате прохождения **преддипломной практики** у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

**Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности своей фирмы
ПК-3	Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-9	Способность проводить маркетинговые исследования
ПК-10	Способность организовывать и проводить социологические исследования
ПК-11	Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК-14	Способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК-15	Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК-16	Способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

**5. Форма контроля:** дифференцированный зачет.

**6. Разработчик:** Кучиева И.Х.