



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**Аннотации дисциплин образовательной программы высшего образования  
по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Управление коммуникациями на государственной и  
муниципальной службе»**

**Название дисциплины:** Методологические проблемы современной науки

- **Цель дисциплины:** на основе систематизации знаний о методологических проблемах современной науки, вовлечения в процессы методологической рефлексии научно-познавательной деятельности способствовать формированию у обучаемых методологической культуры, ориентированной на решение теоретических и практических проблем в сфере рекламы и связей с общественностью;
- **Задачи дисциплины:** раскрыть содержание основных концепций, понятий и направлений исследования в области методологии современной науки;
- сформировать у студентов комплекс компетенций, связанных с выявлением и рассмотрением методологических аспектов развития современной науки;
- **исновоформирует и развивает его обобщенный культурно-общественный характер и содействовать становлению самостоятельной методологической позиции в анализе и оценке результатов научного поиска в коммуникативных науках и социально-гуманитарном научном познании.**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** организационные и коммуникативные основы построения научно-познавательной деятельности (УК-1.1); основные формы знания, определения научного знания и науки как формы культуры (УК-1.2); принципы анализа и синтеза научных концепций (УК-1.3); принципы анализа и синтеза научных концепций (УК-1.4); принципы и сущность междисциплинарной интеграции (УК-1.5);

**Уметь:** выдвигать новые идеи в исследовательском контексте (УК-1.1); формулировать выводы как на основе наиболее обобщенного взгляда на проблему, так и последующей декомпозиции (УК-1.2); находить креативные решения на основе рефлексии (УК-1.3); находить креативные решения на основе рефлексии (УК-1.4); использовать методы и концепции других наук при решении задачи (УК-1.5);

**Владеть:** первичными методологическими и методическими навыками научно-познавательной деятельности, информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации (УК-1.1); информационными технологиями поиска исследовательской и библиографической информации, приемами и способами самостоятельной учебной и исследовательской поисковой деятельности (УК-1.2); методами системного подхода (УК-1.3); методами системного подхода (УК-1.4); широким научным кругозором и логикой науки (УК-1.5).

**Название дисциплины :** *Методология исследовательской деятельности и академическая культура*

**Цель дисциплины** – профессиональная подготовка магистров, необходимая для формирования методологической и научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения научных исследований в условиях академической среды.

**Задачи дисциплины:**

- формирование у обучающихся целостных теоретических представлений об общей методологии научного творчества;

- овладение знаниями в области основ методологии, методов и понятий научного исследования;

- развитие аналитического мышления, умение логично и стройно излагать свои мысли, развитие способностей к обобщению и анализу информации, постановке целей и выбору путей ее достижения;

- формирование практических навыков и умений применения научных методов, а также разработки программы методики проведения научного исследования;

- воспитание нравственных качеств и соблюдения этических норм, соответствующих академической культуре, в процессе осуществления научного исследования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** теоретические и методологические основы организации научно-исследовательской деятельности в рамках существующей академической культуры; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач;

**Уметь:** использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в профессиональной деятельности, соблюдать, поддерживать и развивать принципы существующей академической культуры; анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности.;

**Владеть:** навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками, методами принятия решений.; особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; современными методами и инструментальными средствами научного исследования в предметной сфере; навыками самостоятельной творческой работы, совершенствования и развития своего научного потенциала, а также нравственного потенциала современного ученого.

**Название дисциплины :** *Межкультурное взаимодействие*

**Цель дисциплины** сформировать у студентов готовность работать в мультикультурной (полиэтнической, многонациональной) среде, эффективно общаться с представителями основных деловых культур;

**Задачи дисциплины:** способствовать осознанию этнических стереотипов своей собственной и других культур; повысить уровень культурной сензитивности (восприимчивости) и расширить «культурный горизонт» за счет овладения коммуникативными паттернами и стратегиями иных культур; отработать навыки межкультурного взаимодействия, включая применение невербальных средств.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **Знать** ценности, нормы, ролевые структуры, коммуникативные модели основных деловых культур (УК-5); этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса, достижения отечественной и мировой культуры (ОПК-3).

- **Уметь** вживаться в другую культуру, вести себя в соответствии с нормами и правилами чужой культуры и налаживать межличностные отношения с представителями основных деловых культур (УК-5); искать и находить информацию об этапах и тенденциях развития отечественного и мирового культурного процесса, анализировать достижения отечественной и мировой культуры (ОПК-3).

- **Владеть** ценностями, нормами, ролевыми структурами и коммуникативными моделями основных деловых культур (УК-5); навыками исследования процесса развития отечественной и мировой культуры, а также учиться отслеживать новейшие тенденции в этой сфере, навыками использования достижений отечественной и мировой культуры при подготовке текстов в области рекламы и связей с общественностью

(ОПК-3).

**Название дисциплины :** Иностранный язык в профессиональной деятельности

**Цель дисциплины** является повышение исходного уровня достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции, которая позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования;

**Задачи дисциплины:**

- формирование социокультурной компетенции и поведенческих стереотипов, необходимых для успешной адаптации выпускников на рынке труда;
- ~~развитие и совершенствование коммуникативных умений~~ приобретение навыков для осуществления повышения уровня учебной автономии, способности к самообразованию, к работе с мультимедийными программами, электронными словарями, иноязычными ресурсами сети Интернет;
- развитие когнитивных и исследовательских умений, расширение кругозора и повышение информационной культуры студентов;
- формирование представления об основах межкультурной коммуникации, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов;
- расширение словарного запаса и формирование терминологического аппарата на иностранном языке в пределах профессиональной сферы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- терминологию на английском языке в изучаемой и смежных областях знаний;
- грамматические конструкции, характерные для профессионально-ориентированных, технических и научных материалов;

- межкультурные особенности ведения научной и профессиональной деятельности в рамках делового общения; - этикетные нормы научной и деловой коммуникации.

**Уметь:**

- соблюдать правила речевого этикета в ситуациях научного и делового общения.
- соотносить языковые средства с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;

**Владеть:**

- навыками межкультурной коммуникации и межличностного взаимодействия на иностранном языке в бытовой и профессиональной сферах

**Название дисциплины :** Разработка и продвижение контента

**Цель дисциплины :** обучение принципам и приемам разработки креативной стратегии рекламной кампании, формирование комплексного представления о специфике разработки и продвижения контента.

**Задачи дисциплины**

раскрыть содержание основных понятий в области продвижения контента и копирайтинга;

- сравнить продвижение контента с родственными сферами профессиональной деятельности (журналистика , PR, маркетинговые коммуникации, спичрайтинг);
- ознакомить студентов с основными методиками анализа знаковых систем рекламных сообщений;
- определить понятие «рекламный продукт» и основные этапы процесса его разработки и продвижения;
- познакомить студентов с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы и выработать навыки их применения на практике;
- дать представление об организации процесса разработки контента, сформировать представление о навыках работы в социальных сетях, SMM-продвижении;

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:** основные формы устной и письменной речи в профессиональной коммуникации; закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности.

**Уметь:** выбирать удачную коммуникативную стратегию в устной и письменной формах; осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.

**Владеть:** корректной устной и письменной речью в профессиональной коммуникации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем; навыками применения принципов социальной ответственности при разработке коммуникационного продукта.

**Название дисциплины :** Планирование и реализация коммуникационных кампаний

**Цель** дисциплины «Планирование и реализация коммуникационных кампаний.» - сформировать целостное, законченное представление о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании, её задачах и функциях, о характере и особенностях осуществления рекламных кампаний и мероприятий, о формах и методах реализации товаров, формировании спроса, системы стимулирования, особенностях опто-вой и розничной торговли, управления маркетингом на основе активного применения новейших PR-технологий, использования преимуществ комплексной рекламной и PR-кампании в процессе воздействия на целевую аудиторию.

**Задачи** дисциплины «Планирование и реализация коммуникационных кампаний.»: формирование у обучающихся научного представления о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании; раскрытие основных особенностей и главных этапов разработки комплексной рекламной и PR-кампании; ознакомление с практикой разработки и проведения комплексной рекламной и PR-кампании; выработка навыков анализа и оценки эффективности комплексной рекламной и PR-кампании.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

**Знать:**

- основы принятия управленческих решений в контексте планирования коммуникационных кампаний;
- специфику принятия управленческих решений в нестандартных ситуациях;
- процесс подготовки к выпуску, производства и распространения рекламы;
- особенности традиционных и современных средств рекламы, методики подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции в рамках проведения рекламных и PR-кампаний;
- основы методологии и технологии планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий;
- особенности планирования коммуникационных кампаний;
- методы и модели организации и проведения комплексных рекламных кампаний и мероприятий;

**Уметь:**

- разрабатывать и распространять рекламную продукцию компании в рамках проведения рекламных и PR-кампаний;
- методы отбора традиционных и современных носителей рекламы в рамках проведения рекламных и PR-кампаний;
- реализовывать функции медиапланера;
- практически использовать методологию рекламной и PR-деятельности при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий;
- разрабатывать план реализации коммуникационной кампании; оценивать прогнозную и итоговую эффективность коммуникационных кампаний;
- эффективно и своевременно осуществлять корректировку коммуникационных кампаний;

**Владеть:**

- навыками принятия управленческих решений с учетом нестандартных ситуаций;
- умением организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в ходе проведения рекламных и PR-кампаний, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы для коммерческой компании;
- навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом целей, задач, принципов, критериев оценки, программных этапов кампании;
- навыками управления коммуникационными кампаниями.

### **Название дисциплины :** Прикладные телекоммуникационные технологии

**Цель дисциплины:** повышение общей информационной культуры на основе освоения понятийного аппарата информатики и ИКТ, формирование профессиональных компетенций выпускника, который знает возможности современных компьютеров, и аппаратные, программные средства для людей с ограниченными возможностями и инвалидов, владеет методами сбора, хранения и обработки данных в информационных системах, используемых при подготовке решений в профессиональной деятельности людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

**Задачи:** формирование знания, навыков и умений работы с современными компьютерными и программными средствами, включая аппаратные и программные средства для лиц с ограниченными возможностями, при решении прикладных задач в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

**Знать:** способы применения информационно-коммуникационных технологий в

различных направлениях профессиональной деятельности; назначение и виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых для формирования требований к информационной системе предприятия, работающих с лицами с ОВЗ. Инструментарий создания презентаций. Правила создания презентаций; методологию, модели, методы и способы создания информационных систем для лиц с ОВЗ.

**Уметь:** формулировать и осуществлять постановку задач при разработке презентации программного продукта.

**Владеть:** базовыми современными ИКТ в различных направлениях профессиональной деятельности; международными и отечественными стандартами в области информационных систем и технологий для разработки и оптимизации информационных систем, поддерживающих работу лицами с ОВЗ. Навыками и средствами разработки презентаций. Навыками эксплуатации специализированного программного обеспечения.

**Название дисциплины:** Разработка и реализация коммуникационной стратегии

**Цель дисциплины** - формирование системы знаний, которая поможет студентам в будущем использовать стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций как эффективный инструмент маркетинговой и коммерческой деятельности в рамках коммерческих организаций, а также обучение базовым принципам планирования коммуникационных кампаний.

**Задачи дисциплины:**

-формирование у студентов стратегического и системного подхода к планированию маркетинговых коммуникаций.

- Формирование знаний об основных этапах процесса стратегического планирования.

- Формирование навыков анализа данных в рамках стратегического планирования коммуникаций.

- Формирование практических навыков разработки коммуникационной стратегии.

- Раскрыть формы организации коммуникационных стратегий предприятий

***В результате освоения дисциплины обучающийся должен:***

***Знать:*** основные формы устной и письменной речи в профессиональной коммуникации.

***Уметь:*** выбирать эффективную коммуникативную стратегию в устной и письменной формах.

***Владеть:*** корректной устной и письменной речью в профессиональной коммуникации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

***Название дисциплины:*** *технология рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности*

***Цель дисциплины:*** овладение студентами основами коммуникативных знаний, необходимых для реализации аналитических навыков в области рекламы и связей с общественностью.

***Задачи:***

1) обеспечить понимание профессиональных стандартов, общей методологии деятельности, а также основных технологий в области рекламы и связей с общественностью;

2) сформировать готовность студентов к аналитической работе в коммуникативной сфере и оценке коммуникативной политики компании.

***В результате освоения дисциплины обучающийся должен:***

***и***

***Знать:*** основы профессиональной деятельности и основные тенденции развития общественных и государственных институтов

***и***

***Уметь:*** использовать полученные в рамках курса знания для анализа коммуникативной политики компании.

***и***

***Владеть:*** навыками развития коммуникативной политики в государственных институтах для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и коммуникационных продуктах.

**Название дисциплины:** управление коммуникационными проектами

**Цель дисциплины:** научить студентов магистратуры пользоваться минимальным практическим инструментарием и

примерами опыта других организаций в процессе управления коммуникационными проектами, чтобы, работая в компании и получив задачу управления коммуникационными проектами, студент магистратуры смог бы самостоятельно организовать и провести данную работу в максимально короткий срок, качественно и эффективно, сформировать теоретические и практические навыки управления коммуникационными проектами.

**Задачами дисциплины :**

- формирование у студентов системного управленческого мышления, творческого подхода к управлению сложными изменениями с использованием методов проектного управления;
- формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с управлением коммуникационных проектов;
- развитие интереса к области использования методов управления проектами, исследованию управленческих процессов, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области;
- формирование знаний и умений пользования современным инструментарием при работе и управлении коммуникационными проектами;
- иметь навыки (приобрести опыт): использования инструментария проектного управления для достижения поставленных целей и задач проекта.

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

- **Знать** типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия;
- **Уметь** действовать в духе сотрудничества; принимать стратегические решения; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и стратегические задачи, работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста каждого члена коллектива;
- **Владеть** навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем

**Название дисциплины :** информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии

**Цель дисциплины** - повышение общей информационной культуры на основе освоения понятийного аппарата информатики и ИКТ, формирование профессиональных компетенций выпускника, который знает возможности современных компьютеров, и аппаратные, программные средства для людей с ограниченными возможностями и инвалидов, владеет методами сбора, хранения и обработки данных в информационных системах, используемых при подготовке решений в профессиональной деятельности людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

**Задачи:** формирование знания, навыков и умений работы с современными компьютерными и программными средствами, включая аппаратные и программные



средства для лиц с ограниченными возможностями, при решении прикладных задач в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение ;

**Уметь:** отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.

**Владеть:** базовыми современными ИКТ в различных направлениях профессиональной деятельности; международными и отечественными стандартами в области информационных систем и технологий для разработки и оптимизации информационных систем, поддерживающих работу лицами с ОВЗ. формирование знания, навыков и умений работы с современными компьютерными и программными средствами, включая аппаратные и программные средства для лиц с ограниченными возможностями, при решении прикладных задач в профессиональной деятельности.

**Название дисциплины :** управление потребительским поведением

**Цель дисциплины** – формирование у студентов необходимых для их профессиональной деятельности теоретико-методологических оснований управления потребительским поведением, понимания внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на установки и практики потребителей, а также системы знаний, умений и навыков, направленных на решение стратегических задач по управлению потребительским поведением на рынке товаров и услуг в современных условиях.

**Задачи дисциплины:**

- изучение теоретических основ, современных концепций, моделей поведения потребителей;
- изучение внешних и внутренних факторов, влияющих на выбор потребителя и, соответственно, на предъявление спроса на товары;
- формирование знаний о низкововлеченной и высокововлеченной целевой аудитории, их основные различий и особенностей рекламы для низкововлеченной и высокововлеченной аудитории;
- изучение практики исследования и анализа поведения потребителей в экономически развитых странах;
- анализ специфики поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений в России;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных групп;
- методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии.

**Уметь:**

- организовывать процесс изучения потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты;

- проводить анализ ситуации и разрабатывать проекты кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Владеть:**

- способностью изучать и анализировать потребности общества в целях разработки и реализации разнообразных коммуникационных продуктов;
- способностью изучать и анализировать инструменты оценки эффективности коммуникационной стратегии и применять их на практике.

**Название дисциплины: *Стратегические коммуникации в ГМУ***

**Цель дисциплины** - формирование у магистранта компетенций в области организационной деятельности стратегических коммуникаций, как профессиональной практики в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Задачи дисциплины:**

- 1) **Знать** данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп;
- 2) **уметь** организовывать процесс изучения потребности общества и интересы аудитории в целях целеполагания, планирования, прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты;
- 3) **владеть:** методами работы с открытыми данными и большими объемами информации и получать, интерпретировать и представлять результаты исследования. На основе исследования составлять практические рекомендации и прогнозировать тенденции коммуникационной сферы, а также способностью анализировать потребности общества в целях разработки и реализации коммуникационной стратегии коммуникационных продуктов;

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:** данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных групп

**Уметь:** организовывать процесс изучения потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты

**Владеть:** способностью изучать и анализировать потребности общества в целях разработки и реализации разнообразных коммуникационных продуктов

**Название дисциплины -**Управление коммуникационным агентством

**Цель дисциплины:** дать обучающимся глубокие теоретические и практические знания, умения и навыки современного коммуникационного менеджмента в профессиональной сфере, подготовить магистра, обладающего знаниями о коммуникационных процессах; профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления деятельности по управлению коммуникациями компании клиента, а также на уровне коммуникационного агентства.

**Задачи дисциплины:**

- обучение современным подходам, формам и методам управления коммуникационным агентством;

- обучение магистров методам профессиональной оценки альтернативных вариантов в профессиональной сфере выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий;
  - формирование у магистров понимания степени моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия;
- подготовка профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно принимать обоснованные решения по вопросам коммуникационного менеджмента и эффективного использования коммуникаций в профессиональной сфере.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

- **Знать** типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия;
- **Уметь** действовать в духе сотрудничества; принимать стратегические решения; проявлять уважение к мнению и культуре других; определять цели и стратегические задачи, работать в направлении личностного, образовательного и профессионального роста каждого члена коллектива;
- **Владеть** навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия; методами оценки своих действий, планирования и управления временем

**Название дисциплины** - Брендинг территорий

**Цель дисциплины:** в объеме учебного плана подготовить магистра, обладающего знаниями о механизме создания, позиционирования и продвижения бренда, управления брендом с применением маркетинговых технологий и синхронизации деятельности всех подразделений организации.

**Задачи дисциплины:**

- изучить основы создания бренда;
- поддержания и сохранения бренда.
- планирования составляющих marketing mix бренда;
- исследования рынка и бренда;
- [бренд-трекинг](#);
- планирования и контроля производства товаров, объединенных брендом;
- контроля рентабельности бренда.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- основные функции подразделений и служб отделов по рекламе и связям с общественностью;
- основные концепции теории бренд-менеджмента;
- основы правовой охраны брендов;
- методы оценки стоимости брендов;
- принципы управления брендингом: планирование, организация, оценка эффективности;
- стратегии управления портфелем брендов

**Уметь:**

- выстраивать работу подразделения в реализации коммуникационной политики;
- разрабатывать стратегии управления брендом и портфелем брендов на основе полученных знаний;
- оптимизировать марочный портфель;
- диагностировать силу бренда;
- проводить мероприятия по оздоровлению бренда;
- на практике применять современные методики оценки стоимости брендов;

- уметь анализировать ключевые проблемы бренд-менеджмента.

**Владеть:**

- основными формами административно-организационного и стратегического управления брендом в рамках государственного и муниципального управления;

- принципами и методами оценки эффективности бренд-менеджмента;

- принципами и методами линейного и категориального расширения брендов

**Название дисциплины :** Современная корпоративная культура в организации

**Цель** дисциплины - формирование у обучающихся **компетенций** в различных сферах деятельности; дать магистранту системное представление о многообразии мировой культуры, использовать достижения отечественной и мировой культуры, а также, способствовать применению в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта;.

**Задачи дисциплины:**

1) **Знать** этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса, а также современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями) при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов;

2) **Уметь** анализировать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, а также **разрабатывать** и применять современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями;

3) **Владеть** современными техническими средствами и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций и способствовать использованию достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:** современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями);

**Уметь:** разрабатывать и применять современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями;

**Владеть:** современными техническими средствами и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

**Название дисциплины :** Алгоритм написания научной работы

**Цель дисциплины** – формирование у магистрантов методологической и научной культуры подготовки выпускной квалификационной работы, системы знаний, умений и навыков в области менеджмента и маркетинга.

### **Задачи дисциплины:**

- В изучение специфики научной и методической деятельности при написании научной работы;
- овладение знаниями в области менеджмента и маркетинга, необходимых для подготовки научной работы;
  - развитие аналитического мышления, умения логично и стройно излагать свои мысли;
  - развитие способностей к обобщению и анализу информации, постановке целей и выбору путей их достижения;
  - формирование практических навыков и умений применения научных методов, а также разработки программы методики проведения научного исследования;
  - воспитание нравственных качеств и соблюдения этических норм в процессе осуществления научного исследования.

### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

#### ***знать:***

- теоретические основы подготовки научной работы;
- этапы подготовки научной работы;
- как осуществлять НИР магистрантов;
- специфику подготовки научной работы по направлению;
- составные части и основное содержание научной работы;

#### ***уметь:***

- получать и структурировать информацию для научной работы;
- определять ключевые элементы, отражаемые в научной работе;
- логически последовательно выполнять работу по написанию научной работы;

#### ***владеть:***

- методикой подготовки научной работы;
- навыками выбора информации для научной работы;
- методикой подготовки промежуточных материалов в ходе написания научной работы.

**Название дисциплины :** деловые и политические коммуникации в системе государственного и муниципального управления

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере деловых и политических коммуникаций в системе государственного и муниципального управления.

#### **Задачи дисциплины:**

- ознакомление с назначением, основными понятиями, теоретическими основами, формами и методами коммуникации;
- раскрытие форм и содержания деловых коммуникаций и особенностей их применения в системе государственного и муниципального управления;
- раскрытие форм и содержания политических коммуникаций и особенностей их применения в системе государственного и муниципального управления;

– освоение методики анализа политических текстов, используемых в системе государственного и муниципального управления Российской Федерации.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

– **знать:** понятия информации, сообщения, коммуникации, деловой коммуникации, политической информации, политического текста; критерии качества (свойства) информации; SMCR-модель сообщения; формы и стили деловой и политической коммуникации; понятие и виды коммуникационных продуктов в системе ГМУ; этапы, условия и принципы формирования и передачи сообщения.

– **уметь:** оценивать полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности; предлагать варианты восполнения недостающей информации; формировать обоснованное суждение и давать оценку качества информации; осуществлять эффективные межличностные, групповые и организационные коммуникации; формировать востребованный коммуникационный продукт.

– **владеть:** приемами анализа содержания и условий передачи информационного сообщения на основе SMCR-модели; методикой формально-структурного, содержательного и стилистического анализа политических текстов, как медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.

**Название дисциплины :** *Интегрированные маркетинговые коммуникации в системе ГМУ*

**Цель дисциплины** - формирование у будущего специалиста компетенций для решения задач в области организационно-управленческой и проектно-аналитической деятельности при разработке и реализации коммуникационных стратегий в сфере государственного и муниципального управления, как профессиональной практики в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Задачи:**

- овладеть предметной областью дисциплины и профессиональной терминологией в сфере интегрированных коммуникаций и кампаний;
- освоить компетенции, необходимые при разработке и реализации коммуникационных стратегий методами интегрированных коммуникаций;
- освоить компетенции необходимые при оценке результатов внедрения интегрированных коммуникаций с позиции влияния на общество и социальной ответственности. а также для дальнейшего написания выпускной квалификационной работы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** структуры и принципов функционирования медиасферы, а так же норм и принципов социальной ответственности, виды и формы интегрированных коммуникационных решений, их роль и место в коммуникационных стратегиях для ГМУ, а также особенности, структуру и содержание медиатекстов.

**уметь:** оценивать результаты использования интегрированных коммуникаций, с учетом влияния их общество; разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию с использованием различных форм профессиональных практик в области коммуникаций и создать адекватные медиатексты.

**владеть** методами анализа медиасферы и результатов коммуникационных решений, с учетом их влияния на общество, и методами применения принципов социальной ответственности при организации коммуникационных кампаний для ГМУ; способностью оценивать эффективность реализации коммуникационной стратегии через интегрированные коммуникации

## **Название дисциплины:** Коммуникационный менеджмент»

**Цель курса:** дать обучающимся глубокие теоретические и практические знания, умения и навыки современного коммуникационного менеджмента в профессиональной сфере, подготовить магистра, обладающего знаниями о коммуникационных процессах; профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления деятельности по управлению коммуникациями.

### **Задачи курса:**

- обучение современным подходам, формам и методам коммуникационного менеджмента компании в профессиональной сфере;
- обучение магистров методам профессиональной оценки альтернативных вариантов профессиональной сфере выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий;
- формирование у магистров понимания степени моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

### **Знать:**

- сущность, содержание, значение коммуникационного менеджмента, тенденции его развития в российской и международной практике;
- современные модели коммуникационного менеджмента и условия их применения;
- содержание, методологию и особенности конкретных коммуникаций;
- квалификационные требования к менеджеру по коммуникациям.;

### **Уметь:**

- ставить цель и задачи совершенствования коммуникационного менеджмента;
- разрабатывать коммуникационную политику и стратегический план коммуникаций компании;
- использовать современные методы PR и других коммуникаций для достижения целей компании;
- количественно оценивать эффективность применения различных коммуникаций и технологий коммуникационного менеджмента;

### **Владеть:**

- специальной терминологией;
- научными принципами и методами коммуникационного менеджмента;
- умением организации коммуникационных связей с прессой и другими средствами массовой информации;
- навыками формирования и развития корпоративной репутации компании;
- квалификационными характеристиками современного менеджера, необходимыми для эффективной реализации коммуникационного менеджмента на предприятии.

## **Название дисциплины:** International marketing( Международный маркетинг)

**Aim of the course** – to provide the students with fundamental theoretical and high-quality practical knowledge of international marketing, skills of marketing activities in the international markets, to prepare specialists with professional competences needed for the international marketing activities.

### **Tasks of the course :**

- study the basic notions of international marketing ;
- assist in learning professional terminology of international marketing in Russian and English;
- form skills of using methodology and methods of market research of foreign markets and consumers ;
- study specific characteristics of the usage of main marketing strategies while entering a foreign market;
- ensure understanding of specific characteristics of promotion in various countries and regions ;
- learn the basics of marketing communications in the international market;
- prepare Masters that will be capable of making reasonable decisions on marketing matters in international business in a timely and creative manner.

As a result of the course the students should :

### **Know:**

- basic principles of segmentation of a foreign market;
- specific characteristics of the complex of marketing while working in a foreign market;
- principles, approaches, strategies and methods of development of product, price and sales policy in foreign markets;
- specific characteristics of developing efficient marketing communications in external markets
- specific characteristics of marketing activities in different types of markets;
- possibility to use various marketing strategies while entering a foreign market.

### **Be able to:**

- prepare plans of market research of a foreign market taking into consideration specific characteristics of different countries;
- choose optimal strategy on the basis of market conditions analysis and conjuncture of a foreign market;
- make promotion plans for the foreign markets;
- find out specific characteristics of the marketing activities in various foreign markets;
- research competitive environment for conducting of international activities;
- analyze internal market changes connected with the appearance of foreign competitors;
- put into practice the obtained knowledge on interaction with international partners including communications in a foreign (English) language.

### **Be proficient in:**

- special terminology in Russian and English languages;
- methods of analysis for various markets;
- basic methods of planning and organizing marketing activities in foreign markets;
- principles and methods of assessment of efficiency of marketing activities in external markets;
- skills of carrying out market research in foreign markets;
- skills of assesment of efficiency of various promotion methods in foreign markets;
- principles of usage and combination of different forms of modern marketing communications international markets.

**Название дисциплины :** Продвижение бренда в социальных сетях

**Цель дисциплины:** формирование у магистров практических навыков по продвижению бренда в социальных сетях;



- **Задачи дисциплины:**
- Особенности развития социальных сетей
- Возможности использования социальных сетей для продвижения брендов
- Специфику тематических и корпоративных сообществ в социальных сетях

В результате изучения дисциплины обучающийся должен :

**Знать:** сущность, содержание, значение коммуникационного менеджмента, тенденции его развития в российской и международной практике;

-современные модели коммуникационного менеджмента и условия их применения;

-содержание, методологию и особенности конкретных коммуникаций;

**Уметь:**

- Формировать цели и задачи продвижения в социальных сетях
- Подбирать необходимые инструменты продвижения в социальных сетях в зависимости от цели коммуникационной компании

**Название дисциплины:** Связи с общественностью и персонификация государственных служащих

**Цель дисциплины:** овладение теоретическими и практическими основами управленческой деятельности в сфере связей с общественностью в системе органов государственной власти и местного самоуправления.

**Задачами** освоения дисциплины для обучающихся являются:

- Формирование научных представлений о современном состоянии и тенденциях развития связей с общественностью в органах власти;
- Формирование научных знаний о задачах и специфике функционирования PR-структур в органах власти;
- Повышение правовой компетентности в сфере связей с общественностью в органах власти и углубление знаний об этических аспектах PR-деятельности;
- Освоение технологий взаимодействия PR-служб государственных и муниципальных структур с различными субъектами внутренней и внешней среды, средствами массовой информации.
- Формирование представлений о целях, сущности и содержании информационной политики органов государственного и муниципального управления в формировании информационно-коммуникативных отношений власти и общества.

результате освоения учебной дисциплины студент должен:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен :

**Знать:**

- Цели, задачи, содержание информационной политики органов власти и направления её реализации
- Роль и возможности практического использования PR регулирования общественных отношений, в том числе межкультурного взаимодействия

- Особенности организации и функционирования PR-служб в органах власти, правовые и этические основы их деятельности.
- Основные принципы и современные технологии взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с различными политическими, коммерческими профессиональными и общественными структурами.

#### **Уметь:**

- Применять нормы информационного законодательства в практике реализации связей с общественностью.
- Осуществлять взаимодействие с различными институтами гражданского общества с использованием инструментария PR-деятельности
- Создавать эффективные коммуникации, используя различные механизмы построения коммуникационных связей.
- Организовывать взаимодействие со средствами массовой информации и проводить специальные мероприятия: презентации, пресс-конференции, брифинги и т.п.

#### **Владеть:**

- Способностью представлять интересы и официальную информацию органа власти широкой общественности и отдельным целевым аудиториям
- Основными технологиями связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления.
- Способностью извлекать необходимую информацию из большого числа источников, оперативно её интерпретировать.
- Навыками критического анализа информационного источника и достоверности извлечённой информации

**Название дисциплины :** Система исполнительной власти и местное самоуправление в Российской Федерации

**Цель дисциплины:** Формирование у обучающихся по программе магистратуры общего представления об организации, функционировании, информационном обеспечении и основных направлениях совершенствования системы исполнительной власти в Российской Федерации, выработанных на основе определения эффективности деятельности органов исполнительной власти и управления, результативности работы государственных и муниципальных служащих.

#### **Задачи дисциплины:**

-анализ нормативной правовой базы, обеспечивающей организацию, надлежащее функционирование и информационное сопровождение деятельности органов исполнительной власти Российской Федерации;

-изучение существующей системы международных индикаторов (индексов) оценки качества государственного управления и оказания государственных услуг;

-исследование критериального, индикативного и комплексного подходов к определению эффективности деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов исполнительной власти муниципальных образований, их структурных подразделений, обеспечивающих связи с общественностью и средствами массовой информации;

-оценка эффективности принимаемых органами исполнительной власти управленческих решений;

-определение основных направлений совершенствования системы исполнительной власти (и системы органов исполнительной власти) в Российской Федерации;

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен:

### **Знать:**

конституционно-правовые основы организации и функционирования системы исполнительной власти в Российской Федерации, порядок формирования федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов исполнительной власти муниципальных образований;

основные направления деятельности Правительства Российской Федерации, связанные с решением стратегических задач по обеспечению поступательного социально-экономического развития государства, формированию и реализации федеральных целевых программ, крупномасштабных инновационно-инвестиционных проектов;

основы построения системы информационного обеспечения деятельности органов исполнительной власти Российской Федерации, реализации концепции «Электронного правительства»;  
основные организационно-управленческие показатели эффективности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации;

### **Уметь:**

-осуществлять выбор оптимальной модели реализации функций государственного и муниципального управления;

-оперировать нормативными правовыми документами, изданными в целях повышения эффективности функционирования федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов исполнительной власти муниципальных образований;

применять на практике методы определения (расчета) эффективности деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов исполнительной власти муниципальных образований, результативности работы государственных и муниципальных служащих;

- определять пути повышения эффективности государственного и муниципального управления исходя из данных мониторинга состояния системы управления делами государства и общества.

### **Владеть:**

-анализом эффективности деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов

исполнительной власти муниципальных образований, результативности работы государственных и муниципальных служащих;

-разработки проектов нормативных правовых документов, направленных на обеспечение надлежащего функционирования и совершенствование системы исполнительной власти (и системы органов исполнительной власти) в Российской Федерации;

-принятия управленческих решений, связанных с повышением эффективности работы структурных подразделений органов исполнительной власти, осуществляющих связи с общественностью и средствами массовой информации

**Название дисциплины :** Управление Интернет-коммуникациями

**Цель дисциплины:** дать студентам фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки проведения маркетинговых мероприятий в Интернет; подготовить магистра, способного на основе полученных знаний о видах, основных задачах и инструментах продвижения бренда и связей с общественностью в Интернет, принимать решения по разработке программы продвижения бренда, осуществлять мониторинг и проводить аналитику результатов своих действий.

**Задачи дисциплины:**

**Знать:** современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

**Уметь:** Отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.;

**Владеть:** способностью отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями);

**Уметь :**разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями;

**Владеть:** способностью отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

**Название дисциплины:** управленческие компетенции  
государственных служащих

**Цель дисциплины:** овладение теоретическими и практическими основами управленческой деятельности в сфере связей с общественностью и системе органов государственной власти и местного самоуправления.

**Задачами** являются:

- развития связей с общественностью в органах власти;
- Формирование научных знаний о задачах и специфике функционирования PR-структур в органах власти;
- Повышение правовой компетентности в сфере связей с общественностью в органах власти и углубление знаний об этических аспектах PR-деятельности;
- Освоение технологий взаимодействия PR-служб государственных и муниципальных структур с различными субъектами внутренней и внешней среды, средствами массовой информации.
- Формирование представлений о целях, сущности и содержании информационной политики органов государственного и муниципального управления в формировании информационно-коммуникативных отношений власти и общества.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- Цели, задачи, содержание информационной политики органов власти и направления её реализации;
- Роль и возможности практического использования PR регулировании общественных отношений, в том числе межкультурного взаимодействия;
- Особенности организации и функционирования PR-служб в органах власти, правовые и этические основы их деятельности.
- Основные принципы и современные технологии взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с различными политическими, коммерческими профессиональными и общественными структурами.

**Уметь:**

- Применять нормы информационного законодательства в практике реализации связей с общественностью.
- Осуществлять взаимодействие с различными институтами гражданского общества с использованием инструментария PR-деятельности
- Создавать эффективные коммуникации, используя различные механизмы построения коммуникационных связей.
- Организовывать взаимодействие со средствами массовой информации и проводить специальные мероприятия: презентации, пресс-конференции, брифинги и т.п.

## **Владеть:**

- Способностью представлять интересы и официальную информацию органа власти широкой общественности и отдельным целевым аудиториям
- Основными технологиями связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления.
- Способностью извлекать необходимую информацию из большого числа источников, оперативно её интерпретировать.
- Навыками критического анализа информационного источника и достоверности извлечённой информации

**Название дисциплины :** Экономика деятельности коммуникационного агентства

**Цель дисциплины:** сформировать представление о месте и роли экономической работы, организации и координации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов в практике деятельности коммуникационных агентств, об основных методах определения эффективности экономической деятельности коммуникационных агентств.

### **Задачи дисциплины:**

#### **Знать**

- основные принципы самообразования и самовоспитания для выявления особенностей всех этапов и принципов производства коммуникационных продуктов, производимых коммуникационным агентством;

**Уметь** - с применением принципов самоконтроля и рефлексии самостоятельно корректировать обучение и производить расчеты затрат на проведение рекламных мероприятий и эффективности деятельности коммуникационного агентства ;

**Владеть:** способами управления своей познавательной деятельности для овладения спецификой процесса управления подготовкой коммуникационных продуктов с учетом требований рынка и обеспечения эффективности деятельности коммуникационного агентства;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** - основные принципы самообразования и самовоспитания для выявления особенностей всех этапов и принципов производства коммуникационных продуктов, производимых коммуникационным агентством.;

**Уметь:-** с применением принципов самоконтроля и рефлексии самостоятельно корректировать обучение и производить расчеты затрат на проведение рекламных мероприятий и эффективности деятельности коммуникационного агентства ;

**Владеть:** способами управления своей познавательной деятельности для овладения спецификой процесса управления подготовкой коммуникационных продуктов с учетом требований рынка и обеспечения эффективности деятельности коммуникационного агентства

**Название дисциплины:** Управление речевыми коммуникациями в ГМУ

**Цель освоения дисциплины»** - формирование у обучающихся **компетенций** в различных сферах деятельности; дать магистранту системное представление о речевой

коммуникации, заложить основы его становления как профессиональной языковой личности, способствовать овладению и управлению монологической, диалогической и полилогической речи и обучить управлять основным видам речевой деятельности с учетом этических и психолингвистических аспектов общения..

#### **Задачи дисциплины:**

**Знать** особенности всех этапов и принципов производства коммуникационных продуктов и формировать у обучающихся системы основных понятий, категорий и принципов в области речевой коммуникации;

**Управлять** процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем;

**Использовать** современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

#### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:** особенности всех этапов и принципов производства коммуникационных продуктов;

**Уметь:** управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем; использовать принципы формулирования устного монологического высказывания и ведения профессионального диалога; этические; применять социо- и психолингвистические аспекты речевой коммуникации; использовать языковые средства в соответствии с целью и ситуацией общения; высказывать свою точку зрения, используя канонические (этнос, пафос, логос) и неканонические стратегии убеждения и переубеждения партнёра по коммуникации

**Владеть:** нормами культуры речи; навыками рационального чтения, слушания, говорения и письма; методикой подготовки и исполнения публичного выступления; умениями тестировать речевое поведение партнёра в заданной коммуникативной ситуации

#### **Название дисциплины:** Переговорный процесс и управление конфликтами

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся знаний и практических навыков делового общения, достижения согласия и преодоления конфликтов, решения поставленных задач и принятия конструктивных решений.

#### **Задачи дисциплины:**

**Знать:** закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности;

**Уметь :** оценивать переговорную ситуацию по матрице переговоров; Прогнозировать последствия принятых в коммуникационной сфере решений;

**Владеть :** навыками коммуникации с позиции осознания социальной ответственности компании ознакомление студентов с теоретическими основами и требованиями, предъявляемыми к деловым переговорам;

**Название дисциплины:** Управление фирменным стилем ГМУ

*Цель дисциплины* - подготовить выпускника, обладающего знаниями и профессиональными компетенциями, необходимыми для осуществления управления фирменной идентификацией.

*Задачи дисциплины:*

- обучить современным подходам, формам и методам управления и продвижения фирменного стиля компании, а также обучить методам профессиональной оценки и анализа альтернативных вариантов рекламной и PR деятельности по формированию и продвижению фирменного стиля, выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий;
- сформировать понимание степени моральной, этической и профессиональной ответственности за свои решения и действия;
- подготовить профессионалов, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно принимать обоснованные решения по вопросам организации и реализации проектов по формированию фирменного стиля организации и его дальнейшего использования.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

*Знать:*

- приемы и методы управления фирменным стилем организации; особенности фирменного стиля в различных сегментах рынка.
- сущность, содержание, цели, принципы и функции фирменного стиля организации; принципы, подходы, стратегии и методы формирования деятельности, направленной на создание, продвижение и управление фирменным стилем организации;
- особенности установления эффективных рекламных и PR коммуникаций с целевой аудиторией и персоналом организации;

*Уметь:*

- планировать и проводить компании по формированию фирменного стиля организации, разрабатывать стратегии коммуникационных действия направленных на идентификацию компании; готовить тексты рекламы.
- проводить анализ и формировать результаты коммуникационной среды.

*Владеть:*

- специальной терминологией;
- принципами и методами управления креативной работой
- основными методами планирования и организации рекламной и PR деятельности, направленной на укрепление имиджа компании;
- психологическими аспектами формирования потребительского мнения и решения.

**Название дисциплины:** Визуальная культура XX-XXI вв.: подходы и интерпретации

*Цель дисциплины* – комплексное изучение различных видов культурных объектов в разных контекстах и взаимосвязях, анализ информационных ресурсов по тематике исследования, а также свободное овладение методами обработки, анализа и синтеза научной информации.

*Задачи:*

- изучение визуальных основ и практик 20-21 вв.;



- приобретение навыков анализа и интерпретации визуальной культуры;
- приобретение навыка критического анализа объектов и текстов визуальной культуры от фотографий и кинематографа заканчивая архитектурой и инсталляциями, работе с исследовательской литературой и с источником.

Дисциплина реализуется в формате онлайн-курса на платформе РГГУ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать** широту и вариативность исследовательского, методологического инструментария, сформулированного в современном гуманитарном знании и применяемого для анализа различного по характеру современного и актуального визуального материала.

**Уметь** анализировать визуальные тексты разного типа и жанров, овладеть исследовательскими подходами и навыками интерпретаций.

**Владеть** комплексом идей и концепций, возникших в визуальной культуре XX-XXI вв. в рамках различных художественных течений и практик модерна и постмодерна.

#### **Название дисциплины:** *Правовая безопасность в информационном пространстве*

*Цель дисциплины* – комплексное изучение правовой безопасности в информационном пространстве, в том числе особенностей регламентации различных областей деятельности и юридической защиты в киберпространстве.

*Задачи дисциплины:*

- получение знаний о правовой безопасности в информационном пространстве, включая особенности регламентации отдельных областей деятельности и специфики мер правовой защиты в киберпространстве.
- формирование умений и навыков, позволяющих реализовывать меры правовой защиты в информационном пространстве.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основные этапы развития информационной безопасности; систему законодательства об информационной безопасности и ответственность за его нарушение; систему мер правовой защиты в информационном пространстве в различных областях (сферах) деятельности.

**Уметь:** применять нормы законодательства для осуществления правовой защиты в информационном пространстве.

**Владеть:** знаниями законодательства в сфере информационного пространства; знаниями по соблюдению информационной безопасности; специальными навыками правовой защиты в информационном пространстве.

#### **Название дисциплины:** *Современные тренды экономики потребления*

*Цель дисциплины* – знакомство слушателей с основными классификационными подходами в построении моделей поведения потребителей, факторами, влияющими на процесс принятия решений, а также с современными трендами экономики потребления.

*Задачи дисциплины:*

- Изучить механизмы формирования поведения потребителей;
- Проанализировать современные тренды экономики потребления;

- Освоить методы сбора информации о потребительском поведении;
- Дать оценку факторов, влияющих на потребительское поведение;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- основные методы критического анализа;
- методологию системного подхода;
- содержание основных направлений теории поведенческой экономики;

**Уметь:**

- выявлять проблемные ситуации, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления;
- осуществлять поиск решений проблемных ситуаций на основе действий, эксперимента и опыта;
- производить анализ явлений и обрабатывать полученные результаты;
- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам поведенческой экономики

**Владеть:**

- технологиями выхода из проблемных ситуаций, навыками выработки стратегии действий;
- навыками критического анализа;
- навыками анализа поведения людей.

**Название дисциплины:** Социальное предпринимательство и проектный менеджмент

*Цель дисциплины* – формирование знаний, умений и навыков в области социальной предпринимательской и проектной деятельности с ориентиром на реалии Российской Федерации.

*Задачи:*

- ознакомление с лучшим международным и российским опытом ведения бизнеса в социальной сфере;
- обучение бизнес-планированию, основам проектного управления;
- получение знаний в области правовых и финансовых основ бизнеса и государственных программах поддержки малого и среднего бизнеса и социального предпринимательства.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основные понятия из области социального предпринимательства и проектного менеджмента; основные подходы к организации проектной деятельности в Российской Федерации и в мире.

**Уметь:** предлагать и разрабатывать концепцию социальных проектов для решения социальной проблемы или уменьшения ее остроты; определять перспективы экономической устойчивости социальных проектов

**Владеть навыками** планирования, разработки и создания социального бизнеса или проекта.