

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНТРАНС РОССИИ)  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»  
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



М.Ю. Смуров

« 15 » февраля 2018 года

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки:  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы (профиль):  
**Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе**


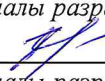
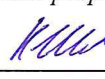
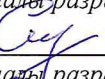
Квалификация выпускника:  
**бакалавр**

Форма обучения:  
**очная**


Санкт-Петербург  
2018

Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль: «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997.

Разработчики:

к.ф.н., доцент		Майор М.Н.
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)</i>		
к.ф.н., доцент		Ягубова С.Я.
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)</i>		
д.ф.н., доцент		Шевцов К.П.
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)</i>		
к.ф.н., доцент		Сидорова Е.И.
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)</i>		

Руководитель ОПОП ВО:

к.ф.н., доцент		Майор М.Н.
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП ВО)</i>		


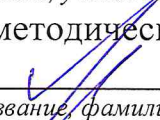
Рецензент:

к.и.н., директор офиса SPN Communications		Калинчук С. В
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы рецензента)</i>		

Программа рассмотрена и согласована на заседании Учебно-методического совета Университета «14» февраля 2018 года, протокол № 5.

Программа утверждена на заседании Ученого совета Университета «15» февраля 2018 года, протокол № 5.

Программа согласована:

Декан ГФ		
к.ф.н., доцент		Майор М.Н.
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы декана факультета)</i>		
Начальник учебно-методического управления		
к.э.н.		Воронцова А.М.
<i>(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы начальника учебно-методического управления)</i>		

## Содержание

1 Общие положения .....	4
1.1 Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (определение).....	4
1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО .....	4
1.3 Общая характеристика ОПОП ВО.....	6
1.3.1 Цель и задачи ОПОП ВО .....	6
1.3.2 Трудоемкость ОПОП ВО .....	7
1.3.3 Срок освоения ОПОП ВО.....	7
1.3.4 Структура ОПОП ВО .....	7
1.3.5 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП ВО .....	8
1.3.6 Квалификация, присваиваемая выпускникам .....	9
1.3.7 Область профессиональной деятельности выпускника .....	9
1.3.8 Объекты профессиональной деятельности выпускника .....	9
1.3.9 Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники .....	9
1.3.10 Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	10
1.3.11 Направленность (профиль) образовательной программы .....	10
1.3.12 Планируемые результаты освоения ОПОП ВО .....	10
2 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО .....	13
2.1 Учебный план .....	13
2.2 Календарный учебный график.....	13
2.3 Рабочие программы дисциплин .....	14
2.4 Программы практик .....	17
2.5 Программа государственной итоговой аттестации .....	20
2.6 Оценочные средства.....	21
2.7 Методические материалы .....	23
3 Ресурсное обеспечение ОПОП ВО.....	23
4 Социально-культурная среда Университета .....	26
5 Другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся при реализации ОПОП ВО .....	26
Приложение 1 .....	28
Приложение 2 .....	105
Приложение 3 .....	112

## **1 Общие положения**

### **1.1 Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (определение)**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО, образовательная программа) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации» (далее – Университет) с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе ФГОС ВО по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997.

ОПОП ВО регламентирует цели, объем, содержание, планируемые результаты освоения образовательной программы, организационно-педагогические условия образовательной деятельности, формы аттестации и включает в себя: общую характеристику образовательной программы, учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, программы практик, оценочные средства, методические материалы, иные компоненты, обеспечивающие качество подготовки обучающихся и реализацию соответствующей образовательной технологии.

### **1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО**

Нормативную правовую базу разработки ОПОП ВО составляют:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Постановление Правительства РФ от 10 июля 2013 г. № 582 «Об утверждении Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации»;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»;

Приказ Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по

образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

Приказ Министерства образования и науки РФ от 09 февраля 2016 г. № 86 «О внесении изменений в порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636»;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего образования»;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»;

Приказ Министерства образования и науки РФ от 14 октября 2015 г. № 1147 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (квалификация «бакалавр»), утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997;

Приказ Минздравсоцразвития РФ от 11 января 2011 г. №1н"Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования";

Нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации;

Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации», утвержденный приказом Федерального агентства воздушного транспорта от 24 декабря 2015 г. № 869;

Локальные нормативные акты Университета по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования.

## 1.3 Общая характеристика ОПОП ВО

### 1.3.1 Цель и задачи ОПОП ВО

Образовательная программа реализуется с целью формирования у обучающихся необходимых компетенций, обеспечивающих осуществление профессиональной деятельности в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» в соответствии Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997.

Комплексной задачей образовательной программы прикладного бакалавриата является подготовка профессионалов высокого уровня для организаций воздушного транспорта и других сфер деятельности, умеющих:

- организовывать информационно - аналитическое обеспечение функционирования бизнес-процессов авиапредприятий в конкурентной среде;
- формировать принципы, методы и процедуры составления бизнес-планов, контент-программ, рекламных и коммуникационных кампаний по продвижению организаций в сфере авиабизнеса для целевых и иных аудиторий;
- взаимодействовать со СМИ и иными источниками информации в целях защиты репутации, создания публичности, формирования и продвижения имиджа авиакомпаний и аэропортовых предприятий;

владеющих способностями:

- реализации профессиональных задач повышенной сложности в области медиаменеджмента с использованием социологического и маркетингового инструментария;
- медиа-аналитики для разработки коммуникационных стратегий;
- продвижения и оптимизации деятельности авиакомпаний и аэропортовых предприятий в интернет-среде, улучшения индексации сайтов и присутствия в социальных сервисах с помощью SEO и SMM-технологий.
- разработки и реализации антикризисных программ в российских авиакомпаниях и аэропортовых предприятиях.

### **1.3.2 Трудоемкость ОПОП ВО**

Обучение по образовательной программе осуществляется в очной форме обучения.

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

### **1.3.3 Срок освоения ОПОП ВО**

Нормативный срок обучения по образовательной программе составляет:

в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года. Объем образовательной программы в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

в заочной форме обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, увеличен не менее чем на 6 месяцев и не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования по очной форме обучения. Объем образовательной программы за один учебный год в заочной форме обучения составляет не более 75 з.е.;

при обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения. Объем образовательной программы за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более 75 з.е.

### **1.3.4 Структура ОПОП ВО**

Структура образовательной программы включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возможность реализации образовательной программы, имеющих различную направленность образования в рамках одного направления подготовки.

Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 «Практики», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне направлений подготовки высшего образования, утвержденном Министерством образования и науки Российской Федерации (Перечень направлений подготовки высшего образования – бакалавриата, утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»).

### Структура образовательной программы

Структура образовательной программы		Объем образовательной программы прикладного бакалавриата в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	177
	Базовая часть	131
	Вариативная часть	46
Блок 2	Практики	54
	Вариативная часть	54
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
	Базовая часть	9
Объем образовательной программы		240
Факультативы		10

Дисциплины, относящиеся к базовой части образовательной программы, являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) образовательной программы, которую он осваивает. Набор дисциплин, относящихся к базовой части образовательной программы, Университет определяет самостоятельно в объеме, установленном ФГОС ВО.

#### **1.3.5 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП ВО**

К освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие среднее общее образование, среднее профессиональное образование или высшее образование, подтвержденное при поступлении, соответственно, документом о среднем общем образовании, документом о среднем профессиональном образовании, документом о высшем образовании и о квалификации.



### **1.3.6 Квалификация, присваиваемая выпускникам**

Лицам, успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию по образовательной программе, присваивается квалификация «бакалавр» и выдается документ об образовании и о квалификации, подтверждающий получение высшего образования соответствующего уровня и квалификации по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), относящимся к соответствующему уровню высшего образования: диплом бакалавра.

### **1.3.7 Область профессиональной деятельности выпускника**

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу, включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

### **1.3.8 Объекты профессиональной деятельности выпускника**

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу, являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

### **1.3.9 Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники**

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие образовательную программу:

- коммуникационная (Основной);
- рекламно-информационная;

- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

### **1.3.10 Задачи профессиональной деятельности выпускника**

Выпускник, освоивший образовательную программу, в соответствии с коммуникационным, рекламно-информационным, рыночно-исследовательским и прогнозно-аналитическими видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа, решает следующие профессиональные задачи:

*коммуникационная деятельность:*

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

*рекламно-информационная деятельность:*

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

*рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:*

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

### **1.3.11 Направленность (профиль) образовательной программы**

Направленность (профиль) образовательной программы: «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».

### **1.3.12 Планируемые результаты освоения ОПОП ВО**

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший образовательную программу, обладает следующими общекультурными компетенциями:

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);

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

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

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

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

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

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

Выпускник, освоивший образовательную программу, обладает следующими общепрофессиональными компетенциями:

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

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

обладанием 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 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).

Выпускник, освоивший образовательную программу, обладает профессиональными компетенциями, соответствующими коммуникационному, рекламно-информационному, рыночно-исследовательскому и прогнозно-аналитическому видам профессиональной деятельности, на который ориентирована образовательная программа:

коммуникационная деятельность:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

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

рекламно-информационная деятельность:

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);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

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

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

## **2 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО**

Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО, перечислены в определенной последовательности, задаваемой логикой системного проектирования ОПОП ВО в целом. При этом наряду с ФГОС ВО, при проектировании документов активно используются накопленный в Университете предшествующий опыт образовательной, научной и иной творческой деятельности, а также потенциал сложившихся научно-педагогических школ Университета.

### **2.1 Учебный план**

Учебный план – документ, который определяет перечень дисциплин, практик, государственных аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения.

Дисциплины по физической культуре и спорту реализуются в рамках:

базовой части «Дисциплины (модули)» образовательной программы в объеме не менее 72 академических часов (2 зачетные единицы) в очной форме обучения;

элективных дисциплин в объеме не менее 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся.

Дисциплины по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном Университетом. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья Университет устанавливает особый порядок освоения дисциплин по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

Образовательная программа обеспечивает возможность освоения дисциплин по выбору, в том числе специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, в объеме не менее 30 процентов вариативной части «Дисциплины (модули)».

Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)», составляет не более 40 процентов от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию данного Блока 1.

### **2.2 Календарный учебный график**

Календарный учебный график обязательный компонент ОПОП ВО, позволяющий распределить все виды учебной работы обучающегося по каждому учебному году на весь период обучения в соответствии с требованиями ФГОС ВО. Принятая Университетом в календарном графике

продолжительность каждого учебного года (в соответствии с требованиями ФГОС ВО) в неделях позволяет установить бюджет времени освоения обучающимся ОПОП ВО, часовой эквивалент зачетной единицы при соблюдении нормы ФГОС ВО в части максимальной недельной учебной нагрузки обучающегося.

## 2.3 Рабочие программы дисциплин

### Перечень рабочих программ учебных дисциплин

Наименование	Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины (модуля)	
	Код	Наименование
<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b>		
<b>Базовая часть</b>		
История	3	Истории и управления персоналом
Социология	2	Социально-экономических дисциплин и сервиса
Основы менеджмента	20	Менеджмента
Логика и теория аргументации	1	Философии и социальных коммуникаций
Философия	1	Философии и социальных коммуникаций
Культурология	1	Философии и социальных коммуникаций
Компьютерные технологии и информатика	8	Прикладной математики и информатики
Основы интегрированных коммуникаций	1	Философии и социальных коммуникаций
Русский язык и культура речи	1	Философии и социальных коммуникаций
Авиакомпании, аэропорты, аэродромы	23	Аэропортов и авиационных перевозок
Иностранный язык	7	Языковой подготовки
Основы теории коммуникации	1	Философии и социальных коммуникаций
Математика и статистика	4	Вышей математики
Имиджелогия	1	Философии и социальных коммуникаций
Маркетинг	28	Коммерческая деятельность
Коммерческая деятельность на воздушном транспорте	28	Коммерческая деятельность
Экономика	2	Социально-экономических дисциплин и сервиса
Социология массовых коммуникаций	1	Философии и социальных коммуникаций
Конфликтология	1	Философии и социальных коммуникаций

Наименование	Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины (модуля)	
	Код	Наименование
Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций	1	Философии и социальных коммуникаций
Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования	1	Философии и социальных коммуникаций
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	1	Философии и социальных коммуникаций
Современные технологии обработки социологической информации	1	Философии и социальных коммуникаций
Коммуникационный менеджмент	1	Философии и социальных коммуникаций
Безопасность жизнедеятельности	27	Безопасности жизнедеятельности
Основы медиапланирования	1	Философии и социальных коммуникаций
Разработка и технологии производства рекламного продукта	1	Философии и социальных коммуникаций
Физическая культура и спорт	9	Физической и психофизиологической подготовки
Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
Теория и практика массовой информации	1	Философии и социальных коммуникаций
Основы информационно-аналитической работы	1	Философии и социальных коммуникаций
Современная пресс-служба	1	Философии и социальных коммуникаций
Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов	1	Философии и социальных коммуникаций
Психология массовых коммуникаций	1	Философии и социальных коммуникаций
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
Профессиональный английский язык	7	Языковой подготовки
<b>Вариативная часть</b>		
Деловая этика и профессиональные стандарты	1	Философии и социальных коммуникаций
Типы бизнес процессов организаций воздушного транспорта	28	Коммерческая деятельность
Цифровые и интернет технологии в рекламе и связях с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
Моделирование бизнес процессов на воздушном транспорте	28	Коммерческая деятельность
Религиоведение	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
История мировой литературы и искусства	1	Философии и социальных коммуникаций
Памятники мировой культуры	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Риторика	1	Философии и социальных коммуникаций
Стратегии и тактики деловых	1	Философии и социальных коммуникаций

Наименование	Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины (модуля)	
	Код	Наименование
переговоров		
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Введение в рекламу и связи с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
История зарубежной журналистики	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Социальная психология	1	Философии и социальных коммуникаций
Межличностная коммуникация	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе	1	Философии и социальных коммуникаций
Письменная коммуникация	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Социология общественного мнения	1	Философии и социальных коммуникаций
Технологии управления общественным мнением	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Базы и анализ данных в прикладных коммуникациях	1	Философии и социальных коммуникаций
Анализ социологических данных	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
Организация и проведение коммуникационной кампании	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Технологии антикризисных связей с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Дисциплины по выбору</b>		
Технологии современного брендинга	1	Философии и социальных коммуникаций
Брендовые коммуникации	1	Философии и социальных коммуникаций
<b>Элективные дисциплины по физической культуре и спорту</b>		
Адаптивная физическая культура	9	Физической и психофизиологической подготовки
Общезначимая и специальная физическая подготовка	9	Физической и психофизиологической подготовки
Спортивная подготовка	9	Физической и психофизиологической подготовки
<b>ФТД. Факультативы</b>		
Научно-исследовательская работа обучающегося	1	Философии и социальных коммуникаций
Технологии манипулирования общественным мнением	1	Философии и социальных коммуникаций
История гражданской авиации	3	Истории и управления персоналом



Рабочая программа дисциплины включает: цели освоения дисциплины; место дисциплины в структуре ОПОП ВО; компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины; объем дисциплины и виды учебной работы; содержание дисциплины, включая соотнесение тем дисциплины и формируемых компетенций; темы (разделы) дисциплины и виды занятий; содержание дисциплины; практические занятия; лабораторный практикум; самостоятельную работу; курсовые работы (проекты); учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, в том числе основную литературу, дополнительную литературу, перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы; материально-техническое обеспечение дисциплины; образовательные и информационные технологии; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины; методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.

Рабочая программа факультативной дисциплины «Научно-исследовательская работа обучающегося» включает: цели научно-исследовательской работы обучающегося; формы проведения научно-исследовательской работы обучающегося; место научно-исследовательской работы в структуре ОПОП ВО; компетенции обучающегося, формируемые в результате выполнения научно-исследовательской работы; объем научно-исследовательской работы обучающегося и виды учебной работы; содержание научно-исследовательской работы обучающегося; этапы выполнения научно-исследовательской работы обучающегося и виды занятий; образовательные технологии; примерные темы (задания) для выполнения студентами научно-исследовательской работы обучающегося; учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской работы; материально-техническая база, необходимая для выполнения научно-исследовательской работы обучающегося; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины; методические рекомендации по организации научно-исследовательской работы обучающегося.

Аннотации рабочих программ дисциплин представлены в приложении 1.

## **2.4 Программы практик**

Видами практики обучающихся являются: учебная практика (стационарная и выездная) и производственная практика (стационарная и выездная), в том числе преддипломная практика. Учебная практика проводится в целях получения первичных профессиональных умений и навыков в том числе первичных умений и навыков научно - исследовательской деятельности. Производственная практика проводится в целях получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Преддипломная практика

проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

В Блок 2 «Практики» входят учебная практика и производственная, в том числе преддипломная практики.

Практики		
Наименование	Закрепленная кафедра – разработчик программы практики	
	Код	Наименование
<b>Блок 2.Практики</b>		
<b>Вариативная часть</b>		
Учебная (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	1	Философии и социальных коммуникаций
Производственная (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	1	Философии и социальных коммуникаций
Преддипломная	1	Философии и социальных коммуникаций

Программа практики (учебной, производственной, преддипломной) включает: цели (учебной, производственной, преддипломной) практики; задачи (учебной, производственной, преддипломной) практики; формы и способы проведения (учебной, производственной, преддипломной) практики; перечень планируемых результатов; место (учебной, производственной, преддипломной) практики в структуре ОПОП ВО; объем (учебной, производственной, преддипломной) практики; рабочий график (план) проведения (учебной, производственной, преддипломной) практики; формы отчетности; фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике; учебно-методическое и информационное обеспечение (учебной, производственной, преддипломной) практики; материально-техническая база практики.

Практики проводятся на кафедрах Университета, структурных подразделениях Университета или в сторонних организациях:

1 СПбГУ ГА:

- Отдел по связям с общественностью, до вузовской подготовки и содействию трудоустройству выпускников
- Редакция многотиражной газеты «Академический вестник»
- Социологический центр.

2 Организации для проведения стационарной практики:

- ООО «Лурд» (г. Санкт-Петербург), договор №068/2018 от 09.07.2018
- ООО «Бизнес Групп» (г. Санкт-Петербург), договор №067/2018 от 09.07.2018
- ООО «РПК «Ганза» (г. Санкт – Петербург), договор №069/2018 от 09.07.2018

– ООО «Гостиница «Пулковская» (г. Санкт-Петербург), договор б/н/00101/2017 от 23.10.2017

### 3 Аэропорты:

–\_ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» производственный отдел, (г. Санкт-Петербург), договор № 00032/2016 от 15.04.2016

– ОАО «Аэропорт Анапа», договор № 00064/2016 от 26.12.2016

– АО «Международный аэропорт Краснодар», договор № 30/17-МАКР от 01.01.2017

– АО «Международный аэропорт Сочи», договор № 00065/2016 от 26.12.2016

– ОАО «Международный аэропорт Владивосток», договор № 00035/2016/232-83/2016 от 23.05.2016

– АО «Челябинское авиапредприятие», договор № 247 от 01.09.2016

– ОАО «Международный аэропорт Минеральные Воды», договор № 1101/2016-У от 15.07.2016

– АО «Аэропорт Толмачёво» (г. Новосибирск), договор № 28-160674 от 30.08.2016

– ОАО «Аэропорт «Бегишево» (г. Нижнекамск), договор № БГШ-506\16 от 13.07.2016

– АО «Ростоваэроинвест» (а/п Платов, г. Ростов-на-Дону), договор РНД-228/18-Д06 от 14.02.2018

– ГП КК «Авиапредприятие «Черемшанка» (г. Красноярск), договор № 054/2016 от 12.09.2016

– ОАО «Омский аэропорт», договор №720/07-2018 от 12.07.2018

– АО «Аэропорт «Храброво» (г. Калининград), договор DOU-141/16 от 16.12.2016

– ПАО «Аэропорт Кольцово» (г. Екатеринбург), договор № 00063/2016 от 26.12.2016

– АО «Международный аэропорт Петропавловск-Камчатский (г. Елизово)», договор № 00061/2016 от 30.11.2016

– АО «Аэропорт Архангельск», договор №72-ПД-17 от 19.04.2017

– АО «Аэропорт Пулково» (г. Санкт-Петербург), договор №00071/2017 от 03.04.2017

– ПАО «Аэропорт Братск», договор № 00082/2017 от 18.05.2017

– АО «Международный аэропорт «Уфа», договор №00085/2017 от 23.05.2017

– ПАО «Аэропорт Мурманск», договор № а/п-1946/17 от 23.06.2017

– ГУП Оренбургской области «Международный аэропорт «Оренбург», договор № 646/АП-2018 от 11.07.2018

– ПАО «Международный аэропорт Нижний Новгород», договор №00084/2017/МАНН-534/17-Р57 от 22.05.2017

– ОАО «Аэропорт Туношна» (г. Ярославль) договор №00099/2017 от 14.11.2017

– ООО «Международный Аэропорт «Симферополь», договор №00097/2017 от 09.10.2017

– АО «Хабаровский Аэропорт», договор №15-100/18 от 09.02.2018

– ООО «Центр Авиа» (г. Иваново), договор №00117/2018 от 12.04.2018

– ОАО «Аэропорт Сургут», соглашение о социальном партнерстве от 25.04.2018

– АО «Международный аэропорт Калуга», договор №18/161 от 26.06.2018

### 4 Авиакомпании

– ОАО Авиакомпания «Уральские авиалинии» (г. Екатеринбург), договор №8.1/1297-16 от 23.11.2016

– ГП КК «КрасАвиа» (г. Красноярск), договор №5499/16 от 19.08.2016

– АО «Ижавиа» (г. Ижевск), договор №941-16/3 от 1.09.2017

– ООО Авиакомпания «Турухан» (г. Красноярск), договор №39 от 14.02.2017

- АО «Нордавиа – региональные авиалинии» (г. Архангельск), договор №668-Н25-17 от 01.12.2017
- ОАО «Псковавиа» (г. Псков), договор №00112/2018 от 29 декабря 2017
- ООО Авиакомпания «Авиастар –ТУ» (г. Жуковский, Московская обл.), договор №000111/2018 от 01.03.2018
- АО «Авиакомпания «Россия» (Москва, Санкт – Петербург), договор № 00115/2018 от 23.03.2018

#### 5 Предприятия по обслуживанию авиакомпаний

- ООО «Аэролайн» (г. Санкт-Петербург), договор №00072/2017 от 03.04.2017
- ООО «Виртранс» (г. Санкт-Петербург), договор №00070/2017 от 03.04.2017
- ООО «ДжетПорт СПб» (г. Санкт-Петербург), договор №1 от 09.04.2018

#### 6 Государственные и муниципальные организации

- Муниципальный совет муниципального образования поселок Шушары (г. Санкт-Петербург), договор №00028/2016 от 31.03.2016
- Главное следственное управление Следственного комитета Российской Федерации по городу Санкт-Петербургу, договор №00049/2016 от 20.07.2016
- Комитет имущественных отношений Санкт-Петербурга, договор №30/16а от 15.02.2016
- Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Агентство внешнего транспорта», соглашение о сотрудничестве № 01 от 16.04.2015
- Администрация Пушкинского района г.Санкт-Петербурга, договор №00078/2017 от 24. 04.2017
- Комитет по развитию транспортной инфраструктуры г.Санкт – Петербурга, договор №00032/2016 от 16.06.2016.

Аннотации программ практик представлены в приложении 2.

## **2.5 Программа государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация является одной из составляющих контроля качества освоения образовательной программы (ее завершающей составляющей) и входит в базовую часть образовательной программы, являющуюся обязательной вне зависимости от направленности образовательной программы и обеспечивающую формирование у обучающихся компетенций, установленных ФГОС ВО.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы.

## Государственная итоговая аттестация

Наименование	Закрепленная кафедра – разработчик программы практики	
	Код	Наименование
<b>Блок 3. Государственная итоговая (итоговая) аттестация</b>		
<b>Базовая часть</b>		
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	1	Философии и социальных коммуникаций
Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы	1	Философии и социальных коммуникаций

Программа государственной итоговой аттестации включает: цели и задачи государственной итоговой аттестации; форму государственной итоговой аттестации; место государственной итоговой аттестации в структуре ОПОП ВО; общую трудоемкость и продолжительность государственной итоговой аттестации; фонд оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации; учебно-методическое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации; материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации.

Аннотация программы государственной итоговой аттестации представлена в приложении 3.

### 2.6 Оценочные средства

Оценочные средства образовательной программы включают фонды оценочных средств: дисциплин, практики (учебной, производственной и преддипломной), научно-исследовательской работы и государственной итоговой аттестации.

Фонд оценочных средств дисциплин включает в себя:

балльно-рейтинговую оценку текущего контроля успеваемости и знаний студентов, которая используется по усмотрению разработчика рабочей программы дисциплины;

методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;

темы курсовых работ (проектов) по дисциплине;

контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечиваемым дисциплинам;

описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине.

Фонд оценочных средств факультативной дисциплины «Научно-исследовательская работа обучающегося» включает примерные темы (задания)

для выполнения студентами научно-исследовательской работы обучающегося, описание оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации, критерии и оценочные шкалы промежуточной аттестации.

Фонд оценочных средств практики (учебной, производственной и преддипломной) включает в себя:

Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по итогам прохождения практики;

описание критериев оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся;

типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации.

Фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации включает в себя:

фонд оценочных средств для проведения государственного экзамена: сформированность компетенций выпускника, содержание государственного экзамена, примерный перечень вопросов и типовые контрольные задания к государственному экзамену, показатели и критерии оценивания результатов сдачи государственного экзамена, а также шкалы оценивания;

фонд оценочных средств для оценки защиты выпускной квалификационной работы: сформированность компетенций выпускника, примерный перечень тем выпускных квалификационных работ, требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения, показатели и критерии оценивания результатов выпускной квалификационной работы, а также шкалы оценивания, методические материалы, определяющие процедуру оценивания результатов освоения образовательной программы.

## 2.7 Методические материалы

Учебно-методические и методические материалы размещены в электронной информационно-образовательной сети Университета.

## 3 Ресурсное обеспечение ОПОП ВО

### *Общесистемное обеспечение*

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории Университета, так и вне его.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников Университета соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей

руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н.

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет не менее 50 процентов от общего количества научно-педагогических работников Университета.

### ***Кадровое обеспечение***

Реализация образовательной программы обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих образовательную программу, составляет не менее 70 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих образовательную программу, составляет не менее 50 процентов.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой образовательной программы, (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих образовательную программу, не менее 10 процентов.

### ***Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение***

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий,



обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени его сложности. Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению определяются в ФГОС ВО.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

В случае неиспользования электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется ежегодно.

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов, обучающихся по образовательной программе.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению.

### ***Финансовое обеспечение***

Ученый совет Университета утверждает размер средств на реализацию образовательной программы.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования по специальностям (направлениям подготовки) и укрупненным группам специальностей (направлений подготовки), утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 октября 2015 г. N 1272.

#### **4 Социально-культурная среда Университета**

Ключевыми элементами социокультурной среды Университета являются: активное развитие социально-воспитательного компонента учебного процесса, корпоративные ценности, корпоративные традиции, корпоративная этика, корпоративные коммуникации, здоровый образ жизни.

Воспитательные задачи Университета, вытекающие из приоритета общечеловеческих и нравственных ценностей, реализуются в совместной образовательной, научной, производственной, общественной и иной деятельности обучающихся. Воспитательная деятельность в Университете осуществляется системно через учебный процесс, учебную и производственную практику, включая преддипломную практику и систему внеучебной работы по всем направлениям.

Ключевыми направлениями молодежной политики, реализуемой в Университете, являются: гражданско-патриотическое воспитание; духовно-нравственное воспитание; развитие студенческого самоуправления; профессионально-трудовое воспитание; физическое воспитание; культурно-эстетическое воспитание; научная деятельность обучающихся; правовое воспитание и др.

С целью создания условий, способствующих развитию нравственности обучающихся на основе общечеловеческих ценностей, оказания помощи в жизненном самоопределении, нравственном и профессиональном становлении реализуется программа по морально-нравственному воспитанию студентов. Обучающиеся Университета принимают активное участие в фестивалях, смотрах, конкурсах и прочих культурных мероприятиях на различных уровнях (внутривузовском, межвузовском и т.д.).

Большое внимание уделяется студенческому самоуправлению. Участие в студенческом самоуправлении дает широкие возможности для реализации личностного потенциала обучающихся.

Спортивно-массовая работа с обучающимися Университета проводится с целью сохранения и приумножения спортивных достижений, популяризации различных видов спорта, формирования у обучающихся культуры здорового образа жизни. Физическая культура и спорт рассматриваются не только как путь к здоровью нации, но и как важная составляющая в подготовке современного квалифицированного специалиста, востребованного на рынке труда.

#### **5 Другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся при реализации ОПОП ВО**

Университет обеспечивает гарантию качества подготовки, в том числе путем:

- разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;
- мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ;
- разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;

обеспечения компетентности преподавательского состава;  
регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки своей деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;

информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

Оценка качества освоения образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по каждой дисциплине, разрабатываются на основе ФГОС ВО и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

Обучающимся, представителям работодателей предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей.

В Университете созданы условия для максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций бакалавров к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов активно используются работодатели (представители заинтересованных организаций), преподаватели, читающие смежные дисциплины.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	История
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Цель освоения дисциплины (модуля) «История» – формирование у студентов фундаментальных знаний об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней; усвоение студентами уроков опыта исторического развития в контексте мирового опыта и общецивилизационной перспективы.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1. Средневековье. Восточные славяне (VI – IX вв.). Древнерусское государство (IX – XII вв.). Русские земли в период раздробленности (XII – XIII вв.). Эпоха образования Российского централизованного государства (XV – XVI вв.).</p> <p>Тема 2. Раннее Новое время. Россия в XVII в. Утверждение абсолютизма и становление Российской империи в XVIII в.</p> <p>Тема 3. Позднее Новое время. Россия в первой половине XIX в. Реформы второй половины XIX в.</p> <p>Тема 4. Российская империя в условиях модернизации (конец XIX в. – 1914г.). Россия в условиях общенационального кризиса (1917 – 1920 гг.). Октябрьская революция 1917 г. Гражданская война и иностранная интервенция</p> <p>Тема 5. Новейшее время. Советское государство в 1920 – 1930-е гг.</p> <p>Тема 6. Советский союз в годы Второй мировой войны. Развитие СССР в послевоенный период (1945 – 1964 гг.)</p> <p>Тема 7. Советский союз в 1964 – 1991 гг. Российская федерация на рубеже XX – XXI вв.</p>

Наименование дисциплины (модуля)	История
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Социология
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Социология» являются: приобретение студентами знаний основных положений зарубежной и отечественной социологической мысли, социальных механизмов исторического развития общества, формирование гражданской позиции студента, а также применение социологических знаний, умений, навыков в профессиональной деятельности для проведения социологических и маркетинговых исследований при взаимодействии с государственными и коммерческими организациями для осуществления рекламной деятельности в авиабизнесе.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-9;ПК-10;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Социология как наука об обществе Лекция «Общество как социокультурная система» Тема 2. История становления и развития социологии Лекция «Зарубежная и отечественная социология» Тема 3. Гражданское общество и массовая информация Лекция «Гражданское общество: основные этапы становления» Тема 4. Социологические исследования как отрасль социологической науки Лекция «Стратегии исследования» Тема 5. Программа маркетингового и социологического исследования Лекция «Основные методы эмпирических исследований» Тема 6. Методические основы маркетинговых исследований Лекция «Составление плана маркетингового исследования» Тема 7. Формы для сбора данных Лекция «Специальные методики и процедуры»
Форма промежуточной	Зачет

Наименование дисциплины (модуля)	Социология
аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Основы менеджмента
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Основы менеджмента» являются формирование у студентов комплекса теоретических знаний, охватывающих сферы достижений управленческой мысли, методологии управления современными организациями, а также приобретение ими умений и практических навыков решения управленческих задач с учетом влияния различных внутренних и внешних факторов.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 3 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Менеджмент как сфера деятельности Тема 2. История управленческой мысли Тема 3. Организация как объект и субъект менеджмента Тема 4. Организационная культура: понятие, виды и аспекты управления Тема 5. Групповая динамика. Конфликты. Лидерство Тема 6. Мотивирование сотрудников организации
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Логика и теории аргументации
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» являются: - формирование знаний студентов о специфике логического знания, об особенностях и свойствах мышления как особого вида человеческой деятельности; - приобретение умений и практических навыков логического анализа мыслительной деятельности (рефлексия своих и чужих мыслительных конструкций).
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5;ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет логики и ее основные законы Тема 2. Понятие как форма мышления Тема 3. Операции над понятиями Тема 4. Логическая характеристика суждения Тема 5. Логика вопросов и ответов Тема 6. Сложные суждения Тема7. Логика оценок и логика норм Тема 8. Умозаключения Тема 9. Логическая характеристика индуктивных умозаключений Тема 10. Понятие и виды гипотез. Теория Тема11. Аргументация. Логико-практический характер аргументации Тема12. Логические основы аргументации. Основные правила проведения дискуссии и полемики.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Философия
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины Философия являются: - приобретение способности использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; - освоение умения опираться на мировоззренческую позицию в своей профессиональной деятельности в области коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, культурной, образовательной и научной сферах.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-1;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Философия, ее предмет и место в культуре Тема 2 Античная философия Тема 3 Философия Средневековья и эпохи Возрождения Тема 4 Философия Нового времени Тема 5 Отечественная философия Тема 6 Современная философия Тема 7 Философская онтология Тема 8 Сознание как предмет философии Тема 9 Теория познания Тема 10 Философия и методология науки Тема 11 Философская антропология Тема 12 Социальная философия Тема 13 Философия науки и техники Тема 14 Философия будущего
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Культурология
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины (модуля) «Культурология» являются: формирование у студентов теоретических знаний в области теории культуры и исторической культурологии для выработки мировоззренческой позиции и развития личности, а также приобретение умений и практических навыков культурного диалога, работы в коллективе на основе толерантности, способности воспринимать этнические, конфессиональные и культурные различия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-1; ОК-2; ОК-6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Специфика культурологического знания. Понятие культуры Тема 2. Анатомия культуры Тема 3. Динамика социокультурного процесса Тема 4. Национальные особенности и традиции русской культуры Тема 5. Культура в современном мире
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Компьютерные технологии и информатика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Компьютерные технологии и информатика» являются: Формирование у студентов теоретических знаний по использованию информационных технологий для обработки информации. А также приобретение умений и практических навыков работы на персональном компьютере с использованием современного программного обеспечения.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-7; ОПК-6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Обзор существующих и перспективных компьютерных технологий Тема 2. Офис Тема 3. Технологии баз данных Тема 4. Растровая графика Тема 5. Векторная графика Тема 6. Проектирование рекламного продукта
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Основы интегрированных коммуникаций
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» являются: формирование у студентов теоретических знаний, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоение комплекса основополагающих компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью в отрасли (транспорт), конкурентоспособного на рынке труда, эффективно осуществляющего взаимодействие в профессиональной среде, обладающего социальной мобильностью и пользующегося устойчивым спросом в среде работодателей – руководителей предприятий транспорта, а также приобретение умений и практических навыков по освоению различных коммуникационных технологий, применению коммуникационных форм и методов с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2,3 и 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-7; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6, ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетных единиц, 396 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Концептуальное представление об интегрированных маркетинговых коммуникациях Тема 2. Концептуальное представление об интегрированных коммуникациях Тема 3. Концептуальное представление о связях с общественностью (PublicRelations) Тема 4. Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности Тема 5. Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом Тема 6. Средства массовой информации Тема 7. PR-технологии Тема 8. Формы подачи новостных материалов

Наименование дисциплины (модуля)	Основы интегрированных коммуникаций
	<p>Тема 9. Требования к специалистам по связям с общественностью и рекламе</p> <p>Тема 10. Профессиональная этика и профессиональная культура специалистов по связям с общественностью и рекламе</p> <p>Тема 11. PR-технологии: общая характеристика</p> <p>Тема 12. Медиарелейшнз в системе PR-технологий</p> <p>Тема 13. Особенности взаимодействия PR-структур со СМИ</p> <p>Тема 14. MR-активность в рамках специальных мероприятий</p> <p>Тема 15. Подготовка информационных материалов для СМИ</p> <p>Тема 16. Специальные мероприятия в системе PR-технологий</p> <p>Тема 17. Рекламные технологии: общая характеристика</p> <p>Тема 18. Каналы рекламной коммуникации</p> <p>Тема 19. Социальная и политическая реклама</p> <p>Тема 20. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности</p> <p>Тема 21. Организация рекламной деятельности</p> <p>Тема 22. Особенности организации и проведения рекламной кампании</p> <p>Тема 23. Рекламный текст</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Курсовая работа, Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Русский язык и культура речи
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Русский язык и культура речи» являются: формирование у студентов теоретических знаний в области лингвистических методов и приёмов практического владения современным русским литературным языком; развитие умений практического применения полученных знаний в коммуникации любого типа; повышение уровня развития навыков грамотности и общего интеллектуального развития студентов;
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5;ОПК-3;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Русский язык и культура речи. Общие вопросы современной коммуникации и учебной дисциплины. Тема 2. Русский литературный язык. Историческая справка. Тема 3. Лексические средства русского языка Тема 4. Язык и речь. Межличностное общение. Тема 5. Стилистическая система современного русского языка. Тема 6. Практическая стилистика и культура речевого общения.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Авиакомпании, аэропорты, аэродромы
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Авиакомпании, аэропорты, аэродромы» являются формирование у студентов системы научных и профессиональных знаний и навыков в области рациональной организации функционирования, развития и взаимодействия перевозчиков (авиакомпаний) и аэропортовых предприятий в современных условиях работы транспортного комплекса страны.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – 4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3; ПК-9;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины «Авиакомпании, аэропорты, аэродромы» составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Вводные положения. Нормативная база отрасли Тема 2. Основы функционирования перевозчиков (авиакомпаний) Тема 3. Обслуживание пассажиров на борту воздушного судна Тема 4. Основы функционирования аэропортовых предприятий Тема 5. Генеральные планы аэропортов различных классов Тема 6. Виды аэропортовой деятельности и наземная авиационная техника Тема 7. Перевозочные и аэропортовые характеристики воздушных судов Тема 8. Аэродромы. Классификация, основные элементы аэродрома Тема 9. Маркировка аэродромов и высотных препятствий Тема 10. Содержание летных полей аэродромов
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Иностранный язык
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» являются повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, а также овладение студентами 1 и 2 курса необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными коллегами, а также для дальнейшего самообразования.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 и 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1. Фонетика. Артикль</p> <p>Тема 2. Правила чтения</p> <p>Тема 3. Глагол «to be»</p> <p>Тема 4. Имя существительное</p> <p>Тема 5. Предлоги направления и движения</p> <p>Тема 6. Простое настоящее время</p> <p>Тема 7. Специальные вопросы к группе подлежащего</p> <p>Тема 8. Моя семья</p> <p>Тема 9. Мой дом</p> <p>Тема 10. В офисе</p> <p>Тема 11. Выходной</p> <p>Тема 12. Праздники</p> <p>Тема 13. Деловая поездка</p> <p>Тема 14. Россия</p> <p>Тема 15. Путешествия</p> <p>Тема 16. В отеле</p> <p>Тема 17. Деловая встреча</p> <p>Тема 18. Виды транспорта</p> <p>Тема 19. Обсуждение контракта</p> <p>Тема 20. В ресторане</p> <p>Тема 21. Самолет</p>

Наименование дисциплины (модуля)	Иностранный язык
	Тема 22. Покупки
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Основы теории коммуникации
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» является: ознакомление с основными понятиями и концептуальными схемами, раскрывающими природу, элементы и интегральную структуру коммуникационного процесса.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 3 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-1;ПК-7;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Эпистемологические основы теории коммуникации Тема 2. Истоки и основные этапы становления теории коммуникации Тема 3. Современные подходы к проблеме речевой коммуникации Тема 4. Игра, ритуал, миф как базовые структуры коммуникации Тема 5. Формы и уровни социальной коммуникации Тема 6. Посредники коммуникации
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Математика и статистика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	<p>Целями освоения дисциплины «Математика и статистика» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у слушателей математической культуры;</li> <li>- развитие логического и алгоритмического мышления;</li> <li>- овладение основными знаниями по математике, необходимыми в практической экономической деятельности;</li> <li>- овладение основными численными и аналитическими методами исследования и решения прикладных задач;</li> <li>- подготовка студентов к самостоятельной разработке математических моделей прикладных задач.</li> </ul>
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 3 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3;ПК-9; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1. Линейная и векторная алгебры.</p> <p>Тема 2. Введение в математический анализ</p> <p>Тема 3. Дифференциальное исчисление функции одной переменной</p> <p>Тема 4. Интегральное исчисление функции одной переменной</p> <p>Тема 5. Элементы теории вероятностей</p> <p>Тема 6. Элементы математической статистики</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Имиджология
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины (модуля) «Имиджология» являются: формирование у студентов понимания высокой социальной значимости и ответственности своей будущей профессии, освоение понятийного аппарата, базовых положений и методов имиджологии, получение основных практических навыков, связанных с созданием и продвижением имиджа политических и коммерческих структур, деятелей бизнеса и шоу-бизнеса, товаров, услуг и т.д.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-1; ОПК-5;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетные единицы 144 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предметное поле имиджологии и ее место в структуре PR. Тема 2. Технология и инструментарий формирования имиджа. Тема 3. Проблема построения корпоративного имиджа. Тема 4. Корпоративный имидж в условиях различных деловых культур. Тема 5. Современные рекламные технологии как инструмент формирования и продвижения имиджа. Тема 6. Специфика социокультурного функционирования Тема 7. Личный имидж и особенности его формирования.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Маркетинг
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	<p>Целями освоения дисциплины модуля «Маркетинг» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов теоретических знаний об основах и сущности маркетинга, теории и практики современного маркетингового механизма,</li> <li>- ознакомление с содержанием и направлениями маркетинговых исследований,</li> <li>- приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария технологии проведения маркетинговых исследований в области исследования рынка, потребителей, конкурентов, оценки собственного потенциала предприятия.</li> </ul>
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 3 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3; ПК-9;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1. Понятие маркетинга, его теории, истории и принципы</p> <p>Тема 2. Потребности и потребители в маркетинге</p> <p>Тема 3. Товар и товарная политика</p> <p>Тема 4. Рынок как объект маркетинга</p> <p>Тема 5. Конкуренция и конкуренты маркетинга</p> <p>Тема 6. Сбытовая политика</p> <p>Тема 7.Ценовая политика маркетинга</p> <p>Тема 8. Продвижение и коммуникация в маркетинге</p> <p>Тема 9. Продвижение: техника рекламы</p> <p>Тема 10. Маркетинг товаров для производства</p> <p>Тема 11. Стратегическое маркетинговое планирование</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Коммерческая деятельность на воздушном транспорте
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Коммерческая деятельность на воздушном транспорте» являются: формирование у обучающихся теоретических знаний и целостного представления об основах, принципах и методах коммерческой деятельности, приобретение умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность и формирование компетенций, которые позволят выработать способность принимать эффективные решения в коммерческих процессах предприятий воздушного транспорта.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Дисциплина относится к базовой части
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3; ПК-9;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Для очной формы обучения общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Организация и управление коммерческой деятельностью на ВТ. Тема 2. Структура и производственно-хозяйственная деятельность коммерческой службы авиакомпании. Тема 3. Управление маршрутной сетью авиакомпании Тема 4. Управление доходами авиаперевозок Тема 5. Анализ и управление себестоимостью продукции авиакомпании. Тема 6. Финансовые результаты авиаперевозок и методы их анализа. Тема 7. Прогнозирование производственно-экономических показателей авиаперевозок Тема 8. Стратегическое управление коммерческой деятельностью авиакомпании.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Экономика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Экономика» является формирование у студентов научного экономического мировоззрения, умения понимать и анализировать современные экономические явления и процессы, формирование навыков ориентации в современном экономическом пространстве.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет экономики. Экономические блага и потребности. Тема 2. Потребитель и производитель в рыночной экономике. Тема 3. Производственная функция. Тема 4. Конкуренция. Тема 5. Рынок факторов производства. Тема 6. Национальная экономика. Тема 7. Совокупные доходы населения государственное регулирование экономики. Тема 8. Деньги. Денежная система и монетарная политика. Тема 9. Международные экономические отношения.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Социология массовых коммуникаций
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» является получение теоретических знаний о массовой коммуникации как объекте социологического научного анализа и информационно-коммуникационной технологии.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 3 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-7; ПК-6; ПК-10
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Раздел 1 Введение в социологию массовых коммуникаций Раздел 2 Структурно-функциональная традиция анализа массовых коммуникаций. Массовые коммуникации как социальная подсистема. Раздел 3 Эволюция теорий массовых коммуникаций Раздел 4 Эффекты массовых коммуникаций Раздел 5 Связи с общественностью и система массовых коммуникаций Раздел 6 Социологические исследования элементов массовых коммуникаций
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Конфликтология
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины (модуля) «Конфликтология» являются формирование у студентов знаний основных теорий социального конфликта, умений анализировать конфликтные ситуации, навыков применения методов предупреждения и разрешения конфликтов.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – 5 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Конфликтология» составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет исследования конфликтологии Тема 2. Основные понятия конфликтологии Тема 3. Проблема типологии конфликта Тема 4. Человеческий фактор и поведение в конфликте Тема 5. Проблема коммуникаций в конфликтных ситуациях Тема 6. Управление конфликтом Тема 7. Переговоры как метод урегулирования конфликта Тема 8. Информационное противоборство в конфликте
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» является формирование у студентов знаний о понятиях и стратегиях продвижения проектов и привлечения инвестиций, умений организовывать работу по продвижению проектов и привлечению инвестиций, навыков проведения рекламных и пиар-кампаний в процессе продвижения проектов и привлечения инвестиций.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-1; ОПК-3;ОПК-5;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Концептуальное представление о проекте Тема 2. Продвижение проектов Тема 3. Продвижение специальных типов проектов Тема 4. Концептуальное представление об инвестициях Тема 5. Привлечение инвестиций Тема 6. Привлечение инвестиций на ранней стадии развития проектов Тема 7. Представление проектов потенциальным инвесторам
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	<p>Целью данного курса является формирование у бакалавров в области рекламы и связей с общественностью теоретических знаний, и практических навыков по анализу и формированию стратегий взаимодействия с государственными институтами и технологии лоббирования.</p> <p>Подготовка высококвалифицированных профессионалов, владеющих как современными теоретическими и методическими знаниями в области взаимодействия с государственными институтами и технологии лоббирования в отрасли (транспорт), так и навыками их практического применения в процессе обеспечения адаптации предприятия к изменениям внешней и внутренней среды.</p>
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-4; ОПК-1;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1 Взаимодействие с органами государственной власти. Понятия и основные определения</p> <p>Тема 2 Субъекты GR деятельности. Методы работы</p> <p>Тема 3 Медиастратегии в GR деятельности</p> <p>Тема 4 Понятие и теории групп интересов</p> <p>Тема 5 Сущность и типология современного лоббизма</p> <p>Тема 6 Мировая практика регулирования лоббизма</p> <p>Тема 7 Законодательный процесс и лоббизм в современной России</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью данного курса является получение студентами необходимых знаний и практических навыков по анализу внутренней и внешней среды предприятия, сбору и обработке информации, структурированию задач в области связей с общественностью и определению стратегий достижения поставленной цели по связям с общественностью, представлению полученных результатов.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3;ПК-9; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Необходимость МИ, виды МИ, основные направления исследований Тема 2. Этические принципы проведения МИ Тема 3. Программа маркетингового исследования разработка плана и технического задания исследования. Тема 4. Разработка анкеты Тема 5. Формирование выборки Тема 6. Обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по результатам исследования Тема 7. Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований Тема 8. Глубинное интервью Тема 9. Включенное наблюдение Тема 10. Фокус-группы Тема 11. Ситуационный анализ
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Современные технологии обработки социологической информации
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Современные технологии обработки социологической информации» является формирование системного знания о процессе и методах социологического исследования.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-7; ОПК-1; ОПК-6; ПК-10; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического исследования Раздел 2. Методы сбора данных в социологическом исследовании Раздел 3. Анализ и обобщение данных в социологическом исследовании
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Коммуникационный менеджмент
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является получение знаний о теоретических основах коммуникационного менеджмента и формирование представлений о сфере организационных коммуникаций.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-4; ПК-6; ПК-7;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1.Понятие коммуникационного менеджмента Тема2.Коммуникационный менеджмент в работе с персоналом Тема3.Коммуникационный менеджмент в кризисных ситуациях Тема4.Коммуникационный менеджмент в коммерческом секторе Тема5.Коммуникационный менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях Тема6.Коммуникационный менеджмент в международной деятельности.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Безопасность жизнедеятельности
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» являются приобретение студентами системы теоретических знаний и практических навыков и умений для обеспечения безопасности.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-9;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Введение в безопасность. Человек и техносфера. Тема 2. Психофизиологические и эргономические основы безопасности. Тема 3. Идентификация и воздействие на человека опасных и вредных производных факторов на воздушном транспорте. Тема 4. Методы и средства защиты человека от воздействия опасных и вредных производственных факторов на воздушном транспорте. Тема 5. Управление безопасностью жизнедеятельности. Тема 6. Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Основы медиапланирования
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Основы медиапланирования» является практико-ориентированное обучение принципам и алгоритмам медиапланирования как одного из составляющих процесса планирования рекламных и PR-кампаний.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-1;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Медиапланирование в структуре рекламной кампании Тема 2. Средства массовой информации и носители рекламы Тема 3. Роль и функции исследований в стратегическом медиапланировании Тема 4. Основные показатели и индексы медиапланирования Тема 5. Экономические основы медиапланирования Тема 6. Основы разработки медиаплана
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен, Курсовая работа

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Физическая культура и спорт
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью изучения дисциплины является физкультурное образование обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – 4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-8
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Физическая культура и спорт» составляет 2 зачётных единицы, 72 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Легкая атлетика Тема 2. Комплексные занятия
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Физическая культура и спорт
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	очная
Цели освоения дисциплины	Целью изучения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и особыми образовательными потребностями является физкультурное образование обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр, в котором изучается дисциплина	Очная форма – 4 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОК-8
Трудоемкость дисциплины	72 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Общеразвивающие физические упражнения Тема 2. Оздоровительные фитнес-технологии
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование у студентов знаний об основных креативных технологиях в рекламе и связях с общественностью, приобретение умений анализировать концептуальную составляющую технологий в области рекламы и связей с общественностью; а также практических навыков в создании креативного продукта в этих сферах.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-3; ПК-7; ПК-8;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Понятие креатива. Тема 2. Выбор рекламной идеи. Тема 3. Исследования и измерения в рекламе и связях с общественностью. Тема 4. Язык рекламы: основные положения, роль в создании рекламного обращения. Тема 5. Семиотика рекламы и связей с общественностью. Тема 6. Художественный дизайн в рекламе и связях с общественностью. Тема 7. Дизайн стратегия в рекламе
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Теория и практика массовой информации
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Теория и практика массовой информации» являются: формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании отечественной журналистики в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики деятельности СМИ, профессионально-теоретического и экономико-политического содержания основной проблематики, относящейся к периодической печати, радиовещанию и телевидению, анализу взаимосвязи журналистики со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как реклама и связи с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 и 7 семестрах
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-3; ОПК6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Теоретические и методологические основы журналистики. Тема 2. Этапы развития журналистики. Тема 3. Система СМИ в современном мире. Тема 4. Экономические аспекты функционирования СМИ. Тема 5. Журналистика как область творческой деятельности. Тема 6. Право и этика журналиста. Тема 7. Техника и технология СМИ.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой, курсовая работа

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Основы информационно-аналитической работы
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Основы информационно-аналитической работы» является формирование системного знания о процессе и методах коммуникационного исследования.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-6; ПК-9; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1 Теоретико-методологические основы информационно-аналитической работы Тема2 Методы сбора данных в информационно-аналитической деятельности Тема3 Анализ и обобщение данных в информационно-аналитическом исследовании
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Современная пресс-служба
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Современная пресс-служба» являются формирование у студентов знания теоретических и практических основ организации работы пресс-службы в государственных органах, приобретение базовых навыков создания текстов рекламы и связей с общественностью, формирование способности планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-1;ОПК-2; ОПК3;ОПК-4;ОПК-5;ПК-7; ПК-8
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1 Информационная работа государственных учреждений со СМИ и общественностью.</p> <p>Тема 2. Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб</p> <p>Тема 3. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб.</p> <p>Тема 4. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ</p> <p>Тема5. Структура и принципы организации современной пресс-службы</p> <p>Тема 6. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями</p> <p>Тема7. Информационно-аналитическая работа пресс-службы. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ</p> <p>Тема8. Пресс-служба администрации Президента РФ</p> <p>Тема9. Основные направления работы ДИП МИД РФ</p> <p>Тема10. Современная практика работы пресс-службы российского загранпредставительства</p> <p>Тема11. Практика организации и проведения аккредитации иностранных журналистов в РФ.</p> <p>Тема12. Анализ работы пресс-службы Государственной Думы РФ.</p>



Наименование дисциплины (модуля)	Современная пресс-служба
	Тема13. Формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб. Роль Союза журналистов России. Тема14. Основные функции и методы работы пресс-служб администраций российских регионов
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов» является: изучение студентами базовых понятий, связанных с аналитикой коммуникативных процессов, и основных современных аналитических сценариев, что предполагает освоение студентами понимания теоретической экспликации и возможности социальных импликаций в теории коммуникации.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-1; ОПК- 3;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Введение. Тема 2. Язык и коммуникация в поле сознания. Тема 3. Объективность как интерсубъективность. Тема 4. Тематический анализ коммуникативных феноменов. Тема 5. Речевое измерение коммуникации. Тема 6. Дискурсивные практики в коммуникации. Тема 7. Дискурс, инстанции власти и техники идентификации индивида в процессах коммуникации. Тема 8. Язык и коммуникация как онтологические события. Тема 9. Акты речи как экзистенциальный настрой, понимание и истолкования. Тема 10. Коммуникация в символическом измерении Инструментальное обесценивание языка в Новое время. Тема 11. Принцип историзма, исторические априори коммуникации
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Психология массовых коммуникаций
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является приобретение теоретических знаний, умений и практических навыков в профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-6;ПК-6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Психология массовых коммуникаций» составляет 3 зачётные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Массовая коммуникация как объект социально психологического исследования Тема 2 Теоретические подходы к изучению эффектов массовой коммуникации Тема 3 Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации Тема 4 Психологический анализ каналов массовой коммуникации Тема 5 Психологические закономерности аудитории СМК Тема 6 Психологический анализ сообщений масс-медиа Тема 7 Психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является приобретение знаний профессиональной работы в отделах по связям с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах. В курсе учитывается подготовка, полученная студентами в рамках базовых и специальных профессиональных дисциплин в области связей с общественностью и раскрываются возможности организации работы корпоративных связей с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-1; ОПК-2; ПК-7; ПК-8; ПК-10
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1 Структура, функции и задачи PR-отдела Тема2 Планирование работы корпоративного PR-подразделения Тема3 Внутрикорпоративные коммуникации и методы работы с персоналом Тема4 Организация работы с внешними аудиториями компании Тема5 Сравнительный анализ работы внутренних PR-подразделений и PR-агентств
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Методы оценки эффективности и технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью» является обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы по оценке эффективности PR-проектов в государственной, коммерческой и некоммерческой сферах.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-2; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1. Оценочные исследования в PR. Основные принципы и параметры оценки эффективности PR Тема2. Основные принципы и параметры оценки эффективности рекламы Тема3. Теоретические модели оценки PR Тема4. Методы оценочных исследований в PR Тема5. Оценочные исследования в рекламе (Тестирование рекламы: критерии и методы)
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Профессиональный английский язык
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Профессиональный английский язык» является повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, а также овладение студентами 3 курса необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными коллегами, а также для дальнейшего самообразования.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема 1. История связей с общественностью от софистов Древней Греции до настоящего времени.</p> <p>Тема 2. Основатели связей с общественностью</p> <p>Тема 3. Дефиниции по вышеупомянутым темам</p> <p>Тема 4. Что такое связи с общественностью.</p> <p>Тема 5. Разнообразие дефиниций «Связи с общественностью»</p> <p>Тема 6. Методы связей с общественностью</p> <p>Тема 7. Значение связей с общественностью для спонсорства</p> <p>Тема 8. Связи с общественностью и маркетинг. Дефиниции по теме</p> <p>Тема 9. Связи с общественностью и реклама. Дефиниции по теме</p> <p>Тема 10. Связи с общественностью и пропаганда. Дефиниции по теме</p> <p>Тема 11. Связи с общественностью и гласность. Дефиниции по теме</p> <p>Тема 12. Связи с общественностью и продвижение торговли. Дефиниции по теме</p> <p>Тема 13. Необходимые качества специалиста по связям с</p>

Наименование дисциплины (модуля)	Профессиональный английский язык
	<p>общественностью</p> <p>Тема 14. Рабочий день и рабочее место специалиста по связям с общественностью</p> <p>Тема 15. Карьерная лестница специалиста по связям с общественностью, название его должностей в отделе по связям с общественностью и его обязанности.</p> <p>Тема 16. Взаимодействие специалиста по связям с общественностью со СМИ. Зависимость СМИ и связей с общественностью друг от друга, их эффективное взаимодействие и сферы конфликта</p> <p>Тема 17. Рекламирование. Преимущества и недостатки</p> <p>Тема 18. Типы рекламирования</p> <p>Тема 19. Методы рекламирования</p> <p>Тема 20. СМИ в рекламе</p> <p>Тема 21. Воздействие интернет – рекламирования</p> <p>Тема 22. Определение рекламного бюджета</p> <p>Тема 23. Отличие рекламирования от связей с общественностью</p> <p>Тема 24. Рекламные агентства и агентства по связям с общественностью</p> <p>Тема 25. Рекламирование и потребители</p> <p>Тема 26. Структура отдела по связям с общественностью</p> <p>Тема 27. Роль отдела по связям с общественностью</p> <p>Тема 28. Реклама и интернет ресурсы</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)</p>	<p>Зачет с оценкой</p>

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Деловая этика и профессиональные стандарты
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Деловая этика и профессиональные стандарты» являются формирование у студентов знаний об этике деловых отношений; формирование умения ориентироваться в основных этических категориях, значимых для будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью; становление навыков применять данные знания в профессиональной деятельности.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-6; ОК-7; ПК-6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Деловая этика и профессиональные стандарты» составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет и проблематика этики Тема 2. Предмет и проблематика этики Тема 3. Основные категории морали Тема 4. Этико-психологические основы делового общения. Конфликт и его нравственный аспект Тема 5. Этико-психологические основы делового общения. Конфликт и его нравственный аспект Тема 6. Теоретические основы этики деловых отношений. Нравственный кодекс бизнеса XXI века Тема 7. Культура поведения. Этикет и имидж делового человека.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Типы бизнес-процессов организаций воздушного транспорта
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Типы бизнес-процессов организаций воздушного транспорта» является формирование у студентов общего представления о типах бизнес-процессов в авиапредприятиях. В процессе проведения занятий по курсу рекомендуется сочетать практические занятия и обсуждение теоретического материала с активными формами, играми.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3; ПК-9; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	ТЕМА 1. Понятие, сущность и основные типы бизнес-процессов. ТЕМА 2. Методы описания бизнес-процессов. ТЕМА 3. Основные (операционные) процессы. ТЕМА 4. Обеспечивающие (вспомогательные) процессы. ТЕМА 5. Процессы управления. ТЕМА 6. Процессы развития.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Цифровые и интернет технологии в рекламе и связях с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Цифровые и интернет технологии в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических знаний о современных тенденциях в области цифровых и интернет-технологий, их видах и формах, а также приобретение умений и практических навыков подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению товаров и услуг с применением интернет-инструментария.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-6; ПК-8;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Информационная работа специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях современного общества Тема 2. Особенности работы в рамках детализации рекламной и PR-деятельности Тема 3. Каналы электронной коммуникации Тема 4. Сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернет-среде Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете Тема 6. Социальные сети как рекламная и PR-технология Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Моделирование бизнес процессов на воздушном транспорте
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Моделирование бизнес процессов на воздушном транспорте» является формирование у студентов компетенций, позволяющих решать профессиональные задачи, связанные с: -созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечением внутренней и внешней коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; -разработкой, подготовкой к выпуску, производством и распространением рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3; ПК- 9; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема №1. Системный анализ в управлении и прикладных исследованиях на транспорте. Тема №2. Классификация моделей и видов моделирования, основные методы математического описания. Тема №3. Компьютерные средства моделирования и аналитических преобразований. Тема №4. Виды и референтные модели бизнес-процессов на воздушном транспорте. Тема №5. Коммуникационные системы в бизнес-процессах воздушного транспорта. Тема № 6. Формализация и алгоритмизация процессов функционирования информационных систем маркетинга, коммуникационных систем на воздушном транспорте. Тема №7. Планирование компьютерных экспериментов, обработка и анализ результатов моделирования. Оценивание систем. Тема №8. Модель в контуре управления

Наименование дисциплины (модуля)	Моделирование бизнес процессов на воздушном транспорте
	коммуникационными системами.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	История мировой литературы и искусства
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «История мировой литературы и искусства» является: освоение классических произведений мировой литературы и искусства, знакомство с основными тенденциями развития мирового художественного творчества, осознание взаимосвязи культуры Запада и Востока.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Введение в курс мировой литературы и искусства Тема 2. Искусство Древнего мира Тема 3. Античное искусство Тема 4. Древнерусская литература и искусство Тема 5. Литература и искусство средневековья Тема 6. Западноевропейское искусство эпохи Возрождения Тема 7. Западноевропейское искусство ХУП– ХУШ веков Тема 8. Основные направления западноевропейского искусства конца ХУШ-ХІХ веков Тема 9. Литература ХІХ века: романтизм. Тема 10. Литература ХІХ века: реализм. Тема 11. Русское искусство ХVІІІ - первой половины ХІХ в. Тема 12. Русское искусство второй половины ХІХ в. Тема 13. Русское искусство конца ХІХ – начала ХХ века. Тема 14. Основные направления и тенденции развития
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Памятники мировой культуры
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Памятники мировой культуры» является: знакомство с наследием мировой культуры, представленным классическими произведениями мировой литературы и искусства, понимание основных тенденций развития мирового художественного творчества, осознание взаимосвязи культуры Запада и Востока.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2;ПК-6;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Введение в дисциплину Тема 2. Зарождение искусства в эпоху первобытности Тема 3. Памятники искусства Древнего Востока Тема 4. Античное искусство Тема 5. Памятники средневековой культуры и искусства Тема 6. Шедевры искусства Возрождения Тема 7. Искусство Нового времени Тема 8. Искусство модернизма и постмодернизма Тема 9. Своеобразие и памятники русской культуры
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Риторика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины (модуля) «Риторика» являются: формирование у бакалавров в области рекламы и связей с общественностью теоретических знаний, и практических навыков анализа и управления коммуникативными потоками различной структуры в модели оратор – аудитория.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5;ПК-6;ПК-7;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины «Риторика» составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет риторики. Место и роль риторики в структуре общества. Тема 2. Содержание речи. Подготовка речи. Тема 3. Композиция речи. Составление конспекта речи. Тема 4. Аргументация позиции. Полемика и дискуссия. Тема 5. Словесное оформление речи. Учение о тропах. Тема 6. Образ оратора. Типы аудиторий. Техника речи.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Стратегии и тактики деловых переговоров
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Стратегии и тактики деловых переговоров» является формирование у студентов способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, навыков применения принципов и методов делового общения для обеспечения внутренней и внешней коммуникации.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5;ПК-6;ПК-7;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. PR – коммуникации как взаимодействие деловых партнеров. Деловое общение как элемент эффективных связей с общественностью Тема 2. Практическая логика делового общения Тема 3. Риторический инструментарий деловой речи Тема 4. Невербальные средства делового общения Тема 5. Современный деловой этикет Тема 6. Переговоры как универсальный способ делового общения Тема 7. Деловые переговоры: определение тактики и стратегии Тема 8. Анализ проведения деловых переговоров
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Введение в рекламу и связи с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Введение в рекламу и связи с общественностью» являются формирование у студентов систематизированного мировоззренческого взгляда на исторические этапы возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью, на формы, методы и технологии рекламы и связей с общественностью в определенные исторические периоды как инструментах будущих коммуникаций, а также приобретение ими навыков анализа социальных явлений в историческом контексте
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-8;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Основные понятия и определения в сфере связей с общественностью и рекламы. Тема 2. Реклама и связи с общественностью от античности до эпохи возрождения Тема 3. Новое время рекламы и связей с общественностью в Европе (XVII–XVIII). Тема 4. Новое время рекламы и связей с общественностью в Европе (XVII–XVIII). Тема 5. Российский опыт рекламы и связей с общественностью (с древнейших времен до начала XXвв. в России Тема 6. Реклама и связей с общественностью в СССР: общие тенденции. Тема 7 Реклама и связи с общественностью: общие тенденции современного развития
Форма промежуточной	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	История зарубежной журналистики
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «История зарубежной журналистики» являются: формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании зарубежной журналистики в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики деятельности СМИ профессионально-теоретического и экономико-политического содержания основной проблематики, относящейся к периодической печати, радиовещанию и телевидению, анализу взаимосвязи журналистики со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как реклама и связи с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 1 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-8
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предпосылки возникновения журналистики. Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире Тема 2. Европейское средневековье и журналистика. Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVI – XVII вв. Тема 3. Развитие системы периодических изданий в Западной Европе и США в XVIII в. Тема 4. Зарубежная периодическая печать в XIX в. Тема 5. Становление и развитие системы зарубежных средств массовой информации в первой половине XX в. Тема 6. Зарубежные средства массовой информации в 1950– 1970 гг. Тема 7. Развитие зарубежных средств массовой информации в 1980 – 2000-х гг. Средства массовой информации и информационное общество
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Социальная психология
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Социальная психология» является приобретение способности работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 3 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-6; ПК-10;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Социальная психология» составляет 3 зачётные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Предмет и методы социальной психологии Тема 2. Основные теоретические направления в социальной психологии Тема 3. Понятие личности в социальной психологии Тема 4. Самопознание и Я-концепция Тема 5. Социальная установка Тема 6. Понятие и функции общения Тема 7. Социальное познание Тема 8. Взаимоотношения людей Тема 9. Понятие и структура малой группы Тема 10. Динамика малой группы Тема 11. Лидерство в малой группе
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Межличностная коммуникация
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины «Межличностная коммуникация» является приобретение теоретических знаний и практических навыков межличностной коммуникации.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 3 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-6; ПК-10;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Межличностная коммуникация» составляет 3 зачётные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Межличностная коммуникация как предмет исследования Тема 2. Коммуникативная личность Тема 3. Коммуникативное действие Тема 4. Стратегии межличностных коммуникаций Тема 5. Вербальная межличностная коммуникация Тема 6. Невербальная межличностная коммуникация Тема 7. Эффективность межличностной коммуникации
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» являются: формирование, расширение и углубление знаний студентов о рекламе и PR как особой сфере практической деятельности, продуктом которой являются словесные произведения — тексты; формирование умений написания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также навыков анализа рекламных и имиджевых текстов в СМИ.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5;ОПК-3;ПК-8;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1. Особенности рекламного текста. Тема2. Рекламный текст как разновидность современного мифа. Тема3. Основные принципы составления рекламных текстов. Тема4. Особенности языка рекламных заголовков. Тема 5. Слоган как рекламная константа. Тема 6. Тексты PR. Тема 7. Исследовательско-новостные и фактологические жанры PR-текста.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Письменная коммуникация
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Письменная коммуникация» является формирование у студентов знаний о правилах и особенностях письменной речи как вида деловой коммуникации; умений применять технологии литературного редактирования и копирайтинга в пиар-деятельности; навыков создания текстов рекламы и связей с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 4 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-5; ОПК-3; ПК-8;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Письменная коммуникация в системе деловых коммуникаций Тема 2. Виды деловых документов Тема 3. Организационно-распорядительная документация Тема 4. Информационно-справочная документация Тема 5. Рекламные и пиар-тексты Тема 6. Коммерческие и некоммерческие деловые письма Тема 7. Особенности электронной письменной коммуникации Тема 8. Личные деловые бумаги
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Социология общественного мнения
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Цель освоения дисциплины «Социология общественного мнения» -дать студентам устойчивые знания по основам теории и практики проведения исследований общественного мнения, а также проанализировать особенности использования исследовательских методов в работе по связям с общественностью.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-9;ПК-10;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Представление об общественном мнении в истории философской и социологической мысли Тема 2. Гносеологический и социологический подход к сущности общественного мнения. Объект и субъект общественного мнения Тема 3. Общественное мнение как социальный институт Тема 4. Структура и функции общественного мнения. Формирования общественного мнения Тема 5. История становления исследований общественного мнения в Советском Союзе. Современный этап изучения общественного мнения в России Тема 6. Методы социологического изучения общественного мнения. Разработка программы исследования Тема 7. Формирование выборки исследования. Разработка методики массового опроса населения. Тема 8. Новейшие методы изучения общественного мнения.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Технологии управления общественным мнением
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины (модуля) «Технологии управления общественным мнением» является знакомство с основами управления общественным мнением и механизмом его формирования, формирование у студентов соответствующих знаний об этом процессе.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-9; ПК-10
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1 Представление об общественном мнении в истории философской и социологической мысли Тема 2 Гносеологический и социологический подход к сущности общественного мнения. Объект и субъект общественного мнения Тема 3 Общественное мнение как социальный институт Тема 4 Структура и функции общественного мнения. Тема 5 Формирование общественного мнения Тема 6 Использование СМИ в управлении общественным мнением Тема 7 Роль создания новостного повода и ключевых сообщений в управлении общественным мнением Тема 8 Управление общественным мнением с использованием интернета
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Базы и анализ данных в прикладных коммуникациях
Направление подготовки	42.03.01
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Базы и анализ данных в прикладных коммуникациях» является: формирование системного знания о процессе и методах анализа данных.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	6 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-6; ПК-9; ПК-10
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Основные методы сбора информации. Тема 2. Базы данных в прикладных коммуникациях. Тема 3. Анализ данных: виды, процедуры, техники. Тема 4. Формы итоговых отчетов.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Анализ социологических данных
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Цель освоения дисциплины «Анализ социологических данных» - изучение современных математико-статистических методов анализа данных; освоение программных средств обработки и анализа социологической информации на компьютере.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-6; ПК-9; ПК-10
Трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>Тема1.Основные понятия измерения данных в социологии. Уровни измерения: номинальный, порядковый и интервальный. Примеры измерения с помощью различных шкал.</p> <p>Тема2.Таблица сопряженности как инструмент анализа взаимосвязи. Методы получения различных типов процентов, их познавательные возможности.</p> <p>Тема3.Коэффициент хи-квадрат. Коэффициенты ранговой корреляции, их специфика и познавательные возможности</p> <p>Тема4.Модель факторного анализа как модель латентных переменных. Различные подходы к определению числа факторов. Процент объясненной дисперсии как показатель качества факторной модели.</p> <p>Тема5.Использование программы SPSS для анализа данных.</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью» является формирование у студентов представлений о процессе подготовки и реализации коммуникационных программ.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-4; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ПК-9; ПК-10;
Трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Раздел 1 Особенности разработки PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений Раздел 2 Информационно-аналитический этап организации PR-кампании Раздел 3 Этап планирования кампании по связям с общественностью и рекламе Раздел 4 Практическая реализация рекламной и PR-кампании Раздел 5 Оценка эффективности PR-кампаний
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Организация и проведение коммуникационных кампаний
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью дисциплины «Организация и проведение коммуникационной кампании» является формирование у студентов представлений о процессе подготовки и реализации коммуникационных программ.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-4; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ПК-9; ПК-10;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Раздел 1 Особенности разработки коммуникационной кампании для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений Раздел 2 Информационно-аналитический этап организации коммуникационной кампании Раздел 3 Этап планирования коммуникационной кампании Раздел 4 Практическая реализация коммуникационной кампании Раздел 5 Оценка эффективности коммуникационной кампании
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Технологии антикризисных связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Технологии антикризисных связей с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических знаний об основах антикризисных PR-технологий, тенденций современных антикризисных и репутационных технологий и особенностях их использования в практике PR-специалиста, а также приобретение умений и практических навыков принятия эффективных управленческих решений в целях предотвращения кризиса и в условиях кризисной ситуации.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-1; ОПК-4; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Теоретико-методологические основания антикризисного PR Тема 2. Антикризисные технологии в системе антикризисных коммуникаций Тема 3. Кризисные и репутационные технологии: основные понятия Тема 4. Кризисная ситуация: определение, подходы к пониманию Тема 5. Кризис-менеджмент: структура, виды, основные понятия Тема 6. Особенности антикризисной стратегии Тема 7. Специфика работы PR-специалиста в условиях кризиса
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических знаний об основах репутационных технологий, тенденций современных антикризисных и репутационных технологий и особенностях их использования в практике PR-специалиста, а также приобретение умений и практических навыков принятия эффективных управленческих решений в целях предотвращения репутационных угроз.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 6 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-1; ОПК-4; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Теоретико-методологические основания репутационных технологий Тема 2. Репутационные технологии в системе интегрированных коммуникаций Тема 3. Репутационные технологии: основные понятия Тема 4. Репутационные риски: определения, подходы к пониманию Тема 5. Репутационный менеджмент: структура, виды, основные понятия Тема 6. Особенности репутационной стратегии Тема 7. Специфика работы специалиста по рекламе и связям с общественностью с репутационными технологиями Тема 8. Особенности применения репутационных технологий в информационном пространстве
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Технологии современного брендинга
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Технологии современного брендинга» являются: формирование у студентов базовых теоретических знаний о маркетинговых коммуникациях в современном брендинге, основных принципов и технологий брендинга и брендбилдинга и умений анализа моделей бренда, а также навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-5; ПК-10; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Технологии современного брендинга» составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. История и теория брендинга Тема 2. Бренд как маркетинговое понятие Тема 3. Бренд и товарный знак Тема 4. Бренд и товар Тема 5. Функции бренда с точки зрения потребителя. Тема 6. Стратегические цели брендинга Тема 7. Технологии разработки бренда
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет с оценкой



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Брендовые коммуникации
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями дисциплины «Брендовые коммуникации» являются: формирование у студентов базовых теоретических знаний о маркетинговых коммуникациях в современном брендинге, основных принципов и технологий брендинга и брендбилдинга и умений анализа моделей бренда, а также навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 7 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть Дисциплина по выбору
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-5; ПК-10; ПК-11;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость дисциплины «Брендовые коммуникации» составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Сущность бренда Тема 2. Бренд как маркетинговое понятие Тема 3. Управление брендом Тема 4. Марочный капитал и его измерение Тема 5. Маркетинговые коммуникации и брендинг Тема 6. Исследования в брендовых коммуникациях Тема 7. Частные понятия брендовых коммуникаций
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Адаптивная физическая культура
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	бакалавр
Цели освоения дисциплины	Целью изучения дисциплины является физическое воспитание обучающихся для обеспечения их дальнейшей жизнедеятельности и профессиональной практики в организации и проведении социологических исследований; поддержание должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр, в котором изучается дисциплина	1, 2, 3, 4
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОК-8, ПК-10
Трудоемкость дисциплины	364 академических часа
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Общеразвивающие физические упражнения Тема 2. Оздоровительные фитнес-технологии Тема 3. Индивидуальная программа оздоровления
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Общефизическая и специальная физическая подготовка
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью изучения дисциплины является физическое воспитание обучающихся для обеспечения их дальнейшей жизнедеятельности и профессиональной практики в организации и проведении социологических исследований, формирования и поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – 1,2,3,4 семестры
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-8; ПК-10
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 364 академических часа, не переводящихся в зачетные единицы.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Развитие физических качеств Тема 2. Формирование и совершенствование прикладных двигательных способностей Тема 3. Основы организации и проведения самостоятельных занятий, самоконтроль в процессе занятий физическими упражнениями
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Спортивная подготовка
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью изучения дисциплины «Спортивная подготовка» является формирование прикладных двигательных способностей обучающихся для обеспечения их дальнейшей жизнедеятельности и профессиональной практики в организации и проведении социологических исследований, поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – 1,2,3,4 семестры
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-8; ПК-10
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 364 академических часа, не переводящихся в зачетные единицы.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Ускоренное передвижение и легкая атлетика Тема 2. Спортивные и подвижные игры Тема 3. Прикладная гимнастика
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Научно-исследовательская работа обучающегося
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели (цели) научно-исследовательской работы (НИР) обучающегося	Целями освоения дисциплины «Научно-исследовательская работа обучающегося» являются: приобретение знаний о методологических основах организации исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, о методах и инструментах исследования, о способах и средствах решения проблем в сфере рекламы и связей с общественностью; формирование умений применять полученные знания в области практических форм и методов организации исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; а также становление навыков самостоятельного углубления и совершенствования знаний и практических навыков в области организации исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
Место в структуре образовательной программы	Дисциплина изучается в 4, 5, 6 и 7 семестрах.
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	ФТД. Факультативы.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-9; ПК-10; ПК-11.
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1. Научно - исследовательская и проектная деятельность: понятие, возможности, перспективы Тема 2. Культура научно-исследовательского поиска. Правила работы в библиотеке Тема 3. Методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью Тема 4. Формы и структура научно - исследовательских работ. Тема 5. Тема и научный аппарат учебного исследования Тема6. Тематический реферат как учебно-исследовательская работа Тема7. Курсовая работа: композиционное построение и оформление Тема8. Выпускная квалификационная работа: структура,

Наименование дисциплины (модуля)	Научно-исследовательская работа обучающегося
	содержание, оформление
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	Технологии манипулирования общественным мнением
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целью освоения дисциплины (модуля) «Технологии манипулирования общественным мнением» является знакомство с основами управления общественным мнением и механизмом его формирования и манипулирования, формирование у студентов соответствующих знаний об этом процессе.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – в 5 и 6 семестрах
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	ФТД. Факультативы.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-9; ПК-10;
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема1 Основные приемы манипуляции общественным мнением Тема 2 Использование СМИ в манипуляции общественным мнением Тема 3 Манипуляции общественным мнением с использованием опросных технологий Тема 4 Манипуляции общественным мнением с использованием интернета
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины (модуля)	История гражданской авиации
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Цель освоения дисциплины (модуля) «История гражданской авиации» – формирование у студентов компетенций, направленных на получение фундаментальных знаний об основных этапах истории отечественной гражданской авиации и ключевых направлениях развития отрасли на каждом из обозначенных этапов.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 2 семестре
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	ФТД. Факультативы.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОК-2; ПК-11
Трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Зарождение отечественного воздушного флота на рубеже XIX – XX в. Тема 2. Создание и развитие гражданской авиации как отрасли народного хозяйства страны (1917 – 1941 гг.) Тема 3. Гражданский воздушный флот в годы Великой Отечественной войны (1941 – 1945 гг.) Тема 4. Гражданская авиация в послевоенные годы (1945 – 1960 гг.) Тема 5 Развитие воздушного транспорта в 1960 – 70-е гг. Тема 6 Аэрофлот 1980-х гг.: транспорт миллионов. Тема 7 Российская авиационная отрасль после 1991 г.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Зачет



АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Наименование практики	Учебная практика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели (цели) практики	Целью учебной практики является получение первичных профессиональных умений и навыков в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности по коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической профессиональной деятельности, обучение профессиональным приемам, операциям и способам, необходимым для последующего формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций.
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 2. Практики. Вариативная часть
Место в структуре образовательной программы	Очная форма – во 2 семестре
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	ОК-7; ОПК-1; ОПК-2 ;ПК-6 ;ПК-7; ПК-8 ; ПК-10
Трудоемкость практики	Общая трудоемкость учебной практики составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часа.
Содержание практики. Основные разделы (темы)	<p>Этап 1. Подготовительный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прохождение инструктажа по технике безопасности в организации;</li> <li>- прохождение инструктажа на рабочем месте</li> </ul> <p>Этап 2. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение особенностей работы структурного подразделения организации;</li> <li>– изучение нормативно –правовых документов, регулирующих деятельность подразделения или организации;</li> <li>– составление опросного листа для формирования информационного портрета организации (внутренние и внешние коммуникации);</li> <li>– Ознакомление с видами и формами информационно-коммуникационной деятельности организации или подразделения</li> </ul> <p>Этап 3. Экспериментальный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор эмпирического материала для выполнения отчёта по учебной практике;</li> <li>- проведение социологического опроса</li> </ul> <p>Этап 4. Производственный этап</p>

Наименование практики	Учебная практика
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение структуры различных отделов рекламы и отделов связей с общественностью, организации их работы;</li> <li>- изучение видов деятельности отделов рекламы и отделов связей с общественностью;</li> <li>- предоставление результатов опроса об информационном портрете организации руководству организации.</li> </ul> <p>Этап 5. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор и обработка статистического материала по деятельности организации</li> </ul> <p>Этап 6. Этап подготовки отчёта по учебной практике.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- написание информационно –аналитического отчета о проведенной практике.</li> </ul>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики</p>	<p>Зачет с оценкой</p>

## АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Наименование практики	Производственная практика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели (цели) практики	Целью производственной практики является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 2. Практики. Вариативная часть
Место в структуре образовательной программы	Очная форма – в 4, 6 семестрах
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11
Трудоемкость практики	Общая трудоемкость учебной практики составляет 18 зачетных единиц, 648 академических часа.
Содержание практики. Основные разделы (темы)	<p>Этап 1. Подготовительный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прохождение инструктажа по технике безопасности в организации;</li> <li>- прохождение инструктажа на рабочем месте</li> </ul> <p>Этап 2. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение структуры и организации работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.)</li> </ul> <p>Этап 3. Производственный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- наблюдение за технологическим процессом разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации;</li> <li>- освоение характера и видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы);</li> <li>- освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организации, занимающегося рекламой и связями с общественностью;</li> <li>- участие в организационных процессах организации при создании рекламных продуктов и услуг</li> </ul> <p>Этап 4. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбор и обработка статистического материала по деятельности организации, проведение маркетингового исследования, социологического опроса</li> </ul> <p>Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике</p>

Наименование практики	Производственная практика
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обработка и систематизация фактического материала;</li> <li>- подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практики.</li> </ul> <p style="text-align: center;">2 часть производственной практики:</p> <p>Этап 1. Подготовительный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прохождение инструктажа по технике безопасности на предприятии;</li> <li>- прохождение инструктажа на рабочем месте.</li> </ul> <p>Этап 2. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение структуры и организации работы организации;</li> <li>- изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.)</li> </ul> <p>Этап 3. Производственный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- наблюдение за технологическим процессом разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации;</li> <li>- выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- Применение навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции;</li> <li>- Использование методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- Использование информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>- Использование навыков организации, планирования, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>- освоение характера и видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы) ;</li> <li>- освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организациями, занимающегося рекламой и связями с общественностью;</li> <li>- участие в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг</li> </ul> <p>Этап 4. Этап обработки и анализа полученной</p>

Наименование практики	Производственная практика
	<p>информации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Использование методов и технологий проведения маркетинговых, социологических исследований ;</li> <li>- при сборе и обработке статистического материала по деятельности организации</li> </ul> <p>Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обработка и систематизация фактического материала;</li> <li>- подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практике</li> </ul>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики</p>	<p>Зачет с оценкой</p>

## АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Наименование практики	Преддипломная практика
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели (цели) практики	<p>Целями преддипломной практики являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».</li> <li>– Сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.</li> </ul>
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 2. Практики. Вариативная часть
Место в структуре образовательной программы	Очная форма – в 8 семестре
Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11
Трудоемкость практики	Общая трудоемкость учебной практики составляет 27 зачетных единиц, 972 академических часа.
Содержание практики. Основные разделы (темы)	<p>Этап 1. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение структуры и работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.)</li> </ul> <p>Этап 2. Производственный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– наблюдение за технологическим процессом разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации;</li> <li>– выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>– Применение навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции;</li> <li>– Использование методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью</li> <li>– Использование информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности;</li> <li>– Использование навыков организации,</li> </ul>

Наименование практики	Преддипломная практика
	<p>планирования, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- освоение характера и видов деятельности специалиста в службе рекламы (компании, фирмы);</li> <li>- освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организациями, занимающегося рекламой и связями с общественностью;</li> <li>- участие в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг выявление проблемных зон в работе структурного подразделения;</li> <li>- разработка предложений по преодолению выявленных проблем рекламной деятельности и связей с общественностью на предприятии.</li> </ul> <p>Этап 3. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ и обработка статистического материала по рекламной деятельности и связям с общественностью предприятия;</li> <li>- сбор и анализ материала, подготовка обзоров, аналитических справок для проведения маркетинговых и социологических исследований, для составления базового пакета документов к ВКР</li> </ul> <p>подготовка отчёта по преддипломной практике</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики</p>	<p>Зачет с оценкой</p>

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Наименование	ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цель (цели) государственной итоговой аттестации	Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы, соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».
Виды государственной итоговой аттестации	1 Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; 2 Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы.
Место в структуре образовательной программы	Государственная итоговая аттестация в структуре ОПОП ВО относится к базовой части Блок 3. Государственная итоговая аттестация базируется как на результатах обучения всех дисциплин ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе», основными из которых являются: Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Современная пресс-служба, Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью, Теория и практика массовой информации, Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов, Основы интегрированных коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью, Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе, Письменная коммуникация, Моделирование бизнес процессов на воздушном транспорте, Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, Технологии современного брендинга, Брендовые коммуникации, а также результатах прохождения учебной, производственной и преддипломной практик. Государственная итоговая (итоговая) аттестация проводится в 8 семестре (очная форма обучения)
Компетенции обучающегося, формируемые в результате	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11



Наименование	ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
государственной итоговой аттестации	
Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации	Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 9 зачетных единиц; 324 академических часа. Продолжительность государственной итоговой аттестации – 6 недель.