

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодирович  
Должность: И.о. ректора  
Дата подписания: 21.07.2023 14:36:39  
Уникальный программный ключ:  
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaaaedebee849

# **АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН**

## **основной профессиональной образовательной программы**

### **подготовки бакалавров**

направление подготовки

***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***

профиль подготовки

***«Реклама и связи с общественностью Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»***

### **ИСТОРИЯ РОССИИ**

Курс охватывает вопросы теории и методологии исторической науки. Всеобщая история и история России в древности и Средневековье. Всеобщая история и история России в период позднего Средневековья. Всеобщая история и история России в XVIII веке. Всеобщая история и история России в XIX веке. Всеобщая история и история России в начале XX века. Всеобщая история и история России в период между мировыми войнами. Всеобщая история и история России в период Второй мировой войны. Всеобщая история и история России в период «холодной войны». Всеобщая история и история России в конце XX – начале XXI века.

### **РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ**

Современный русский литературный язык как высшая (обработанная, нормированная) форма национального языка. Языковая норма. Функциональные стили современного русского языка, их взаимодействие. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Культура речи как степень ее соответствия языковым нормам (лексическим, произносительным, грамматическим). Лексические нормы (нормы словоупотребления). Лексикология. Этапы развития лексики русского литературного языка. Лексико-стилистические средства языка. Фразеология. Нормы словообразования. Морфологические нормы. Синтаксические нормы. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма.

### **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

К основным задачам курса «Иностранный язык» относятся: развитие навыков продуцирования самостоятельных, обладающих смысловой, эстетической и практической ценностью высказываний, текстов, аргументированного изложения своей точки зрения по обсуждаемой проблеме; формирование навыков ведения беседы официального (делового) и неофициального характера по культурно-эстетической, академической, страноведческой и обиходно-бытовой тематике; развитие умений использования правил и формул речевого этикета. Результатами освоения дисциплины станут: усовершенствованное владение видами иноязычной речевой деятельности: говорением, аудированием, чтением и письмом; расширение страноведческого и общегуманитарного кругозора; формирование социокультурной компетенции; овладение навыками написания деловых писем и электронных сообщений на иностранном языке, участие в беседах с представителями делового мира, деловых встречах; чтение и перевод аутентичных текстов деловой и профессиональной направленности.

### **КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

Культурология и философия культуры, социология культуры, культурная антропология. Теоретическая и прикладная культурология. Методы культурологических исследований. Основные понятия культурологии. Типология культур. Этническая и национальная, элитарная и массовая культуры. Восточные и западные типы культур. Специфические и срединные культуры. Локальные культуры. Место и роль России в мировой культуре. Тенденции культурной универсализации в мировом современном процессе. Культура и природа. Культура и общество. Культура и глобальные проблемы современности. Культура и личность. Инкультурация и социализация.

## **ПСИХОЛОГИЯ**

Психология: предмет, объект и методы психологии. Место психологии в сфере наук. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Психика, поведение и деятельность. Развитие психики в процессе онтогенеза и филогенеза. Структура психики. Соотношение сознания и бессознательного. Основные психические процессы. Структура сознания. Познавательные процессы. Ощущение. Восприятие. Представление. Воображение. Мышление и интеллект. Творчество. Внимание. Мнемические процессы. Эмоции и чувства. Психическая регуляция поведения и деятельности. Общение и речь. Психология общения и взаимодействия. Межличностные отношения. Группа и коллектив. Психологические особенности поведения личности в особых ситуациях.

## **СОЦИОЛОГИЯ**

Предыстория и социально-философские предпосылки социологии как науки. Современные социологические теории. Мировая система и процессы глобализации. Социальные группы и общности. Малые группы и коллективы. Социальная организация. Социальные движения. Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность. Социальное взаимодействие и социальные отношения. Общественное мнение как институт гражданского общества. Культура как фактор социальных изменений. Личность как деятельный субъект. Концепция социального прогресса. Формирование мировой системы. Место России в мировом сообществе. Методы социологического исследования.

## **ФИЛОСОФИЯ**

Философия является ядром личностного мировоззрения, поэтому изучение данной дисциплины интегрирует знания в области истории, культурологии, социологии и способствует выработке ценностного и гражданского сознания. Содержание дисциплины разработано с учетом профиля вуза и особенностей контингента учащихся. Формируются базовые философские компетенции и навыки, осуществляется ознакомление с основными философскими концепциями классической и современной философии. Историко-философский материал курса охватывает период, начиная с древней Греции и вплоть до начала XXI-го века. Курс реализует проблемный подход. Специальная тема посвящена философии и методологии науки. Сущность методологической функции философии. Основные методы научного познания. Взаимодействие философии и специальных наук.

## **ЭКОНОМИКА**

Введение в экономическую теорию. Методы экономической теории. Микроэкономика. Потребительские предпочтения и предельная полезность. Факторы спроса. Эластичность. Предложение и его факторы. Предложение совершенно конкурентной фирмы и отрасли. Эффективность конкурентных рынков. Монополия. Спрос на факторы производства. Рынок труда. Заработная плата и занятость. Рынок капитала. Процентная ставка и инвестиции. Внешние эффекты и общественные блага. Макроэкономика. Национальная экономика как целое. Кругооборот доходов и продуктов. ВВП и способы его измерения. Национальный доход. Инфляция и ее виды.

Стабилизационная политика. Инвестиции. Государственные расходы и налоги. Международные экономические отношения. Внешняя торговля и торговая политика. Платежный баланс. Валютный курс. Приватизация. Распределение и доходы. Структурные сдвиги в экономике. Формирование открытой экономики.

## **МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА**

Элементы аналитической геометрии на плоскости, уравнение линии первого порядка, элементы линейной алгебры: матрицы, операции над матрицами, определители, обратная матрица, ранг матрицы, методы решения системы линейных уравнений, векторы, размерность и базис векторного пространства, линейная зависимость векторов. Элементы математического анализа: основные понятия теории множеств, функция одной переменной, предел и непрерывность функции, производная и дифференциал функции, неопределенный и определенный интеграл, дифференциальные уравнения, функции нескольких переменных, приложение дифференциального и интегрального исчисления для анализа экономических операций в таможенных органах. Основы теории вероятностей и математической статистики: случайные события, случайная величина, закон больших чисел и центральная предельная теорема, выборочный метод, статистические методы обработки экспериментальных данных, статистические оценки.

## **КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАТИКА**

Введение в дисциплину (основные понятия и определения). Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. Технические средства реализации информационных процессов. Архитектура ЭВМ. Состав и назначение основных элементов персонального компьютера. Программные средства реализации информационных процессов. Модели решения задач. Классификация и формы представления моделей. Методы и технология моделирования. Алгоритмизация и технология программирования. Локальные и глобальные сети ЭВМ. Сетевой сервис и сетевые стандарты. Основы защиты информации. Элементы компьютерной вирусологии. Методы защиты информации.

## **СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Социология массовой коммуникации как специальная социологическая теория, ее место в структуре социологического знания. Массовая коммуникация как социальная подсистема. Средства массовой коммуникации как вид бизнеса. Характеристика современного медиа-бизнеса и медиа-рынка. Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации. Социологическая традиция изучения проблем воздействия массовой коммуникации на сознание и поведение потребителей. Манипулирование как функция средств массовой коммуникации. Манипулирование, его основные средства и механизмы. Реклама в средствах массовой коммуникации.

## **ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Психологические особенности и общение коммуникации. Психологические процессы в массовой коммуникации. Стереотип в психологии массовой коммуникации. Коммуникативные барьеры. Стресс как фактор затрудненной коммуникации. Психология групп. Массовидные явления и паника. Психология телевидения. Психология слухов. Психология рекламы. Типы психологии коммуникации. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема. Сосуществование государства и средств массовой коммуникации. Восприятие и внимание в современных массовых коммуникациях. Управление процессом понимания в современных массовых коммуникациях.

## **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики. Развитие массовой прессы за рубежом. Массовая информация и ее роль в современном мире. Глобализация информационных процессов. Информационное общество. Современные СМИ России и законодательное обеспечение свободы слова и информации. Тенденция развития основных средств массовой информации. Печать. Радио и телевизионное вещание. Система журналистских жанров. Свободы прессы и ее социальная ответственность. СМИ как предприятие. Редакционный менеджмент.

## **ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

Сущность, содержание, основные принципы и функции. Природа и состав функций менеджмента. Образование и деятельность фирм. Процесс принятия управленческого решения. Организация и социальная среда, соотношение прагматических целей организации и проблем социума. Организация как система. Корпоративная культура. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах. Связи с общественностью в развитии международных связей учреждения.

## **БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Теоретические основы и основные понятия и определения дисциплины «Безопасности жизнедеятельности». Взаимосвязь человека со средой обитания. Основы физиологии труда. Микроклимат и комфортные условия жизнедеятельности. Производственное освещение. Ионизирующие излучения. Воздействие электрического тока на человека. Безопасность жизнедеятельности в условиях чрезвычайных ситуаций. Управление безопасностью жизнедеятельности.

## **КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ**

Естественнонаучная и гуманитарная культура. Научный метод. История естествознания; панорама современного естествознания; тенденции развития. Микро-, макро- и мегамиры. Пространство, время; принципы относительности. Особенности биологического уровня организации материи; принципы эволюции. Многообразие живых организмов – основа организации и устойчивости биосферы. Человек: физиология, здоровья, эмоции, творчество, работоспособность. Биоэтика, человек, биосфера и космические циклы, необратимость времени, самоорганизация в живой и неживой природе; принципы универсального эволюционизма; путь к единой культуре.

## **ПРИКЛАДНАЯ РИТОРИКА**

Классические и современные определения риторики. Речь как сфера общения. Современный публичный монолог и диалог. Аудитория и ее значение в риторике. Характеристика риторических фигур: фигуры осмысления, выделения и диалогизма. Характеристика личности оратора. Поведение в трудных ситуациях при выступлении. Публичные дебаты и полемика. Критическая риторика Речевое поведение на различных публичных спорах. Риторика массовых коммуникаций.

## **ПРАВОВЕДЕНИЕ**

Государство и право. Их роль в жизни общества. Норма права и нормативно-правовые акты. Основные правовые системы современности. Источники российского права. Закон и подзаконные акты. Система российского права. Отрасли права. Правонарушение и юридическая ответственность. Значение законности и правопорядка в современном обществе. Правовое государство. Конституция Российской Федерации – основной закон государства. Особенности федеративного устройства России. Система органов государственной власти в Российской Федерации. Экологическое право. Правовые основы защиты государственной тайны.

## **ВВЕДЕНИЕ В РЕКЛАМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Понятие рекламы в бизнесе и обществе. Становление и развитие рекламной деятельности. Рекламная индустрия. Реклама как социокультурная технология. Классификация рекламных средств и их применение. Специфика рекламных и ПР - мероприятий. Принципы распространения рекламы. Основы разработки рекламных объявлений и текстов. Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека. Правовое регулирование рекламной деятельности.

## **ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации. Устноречевая коммуникация. Письменноречевая коммуникация. Межличностная коммуникация. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Массовая коммуникация, ее структура и функции. Коммуникация в малой группе. Коммуникация как функция управления организацией. Виды и формы коммуникаций в организации. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация. Особенности устной публичной коммуникации. Становление межкультурной коммуникации и ее место в сфере наук о человеке. Особенности, уровни, формы и типы межкультурной коммуникации.

## **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ**

Реклама как полифункциональное явление. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Классификации рекламы. Типы рекламы по характеру реагирования и типу целевой аудитории. Средства распространения рекламы и особенности их выбора. Разработка рекламного обращения. Психология восприятия и воздействия рекламы. Структура рекламного обращения. Слоган как структурная составляющая текста. Социологические исследования в рекламе. Планирование и организация рекламной кампании. Способы, формы и методы привлечения внимания к рекламируемому товару или услуге. Создание рекламного образа товара или компании. Финансовые основы рекламной деятельности. Фирменный стиль, бренд. Медиапланирование как основной механизм работы с рекламой. Рекламные агентства и особенности их функционирования. Международная реклама.

## **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ**

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Ее социально-биологические основы. Физическая культура и спорт как Социальный феномены общества. Законодательство Российской Федерации о физической культуре и спорте. Физическая культура личности. Основы здорового образа жизни студента. Особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности. Общая физическая и специальная подготовка в сфере физического воспитания. Основы методики самостоятельных занятий и самоконтроль за состоянием своего организма. Гигиенические требования и правила техники безопасности во время самостоятельных занятий физическими упражнениями. Освоение знаний о физической культуре, её истории, связи с культурой здоровья, воспитание волевых, нравственных и этических качеств личности. Приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной сфере: оздоровительно-реабилитационная компетентность, двигательная компетентность, компетентность в сфере самоконтроля и физического саморазвития.

## **ПОЛИТОЛОГИЯ**

Объект, предмет и метод политической науки. Функции политологии. Политическая жизнь и властные отношения. Роль и место политики в жизни современных обществ. Социальные функции политики. История политических учений. Российская политическая традиция: истоки, социокультурные основания, историческая динамика.

Современные политологические школы. Гражданское общество, его происхождение и особенности. Политические режимы, политические партии, электоральные системы. Политические отношения и процессы. Политические конфликты и способы их разрешения. Политические технологии. Политические организации и движения. Политические элиты. Особенности мирового политического процесса. Национально-государственные интересы России в новой геополитической ситуации. Методология познания политической реальности. Парадигмы политического знания. Экспертное политическое знание; политическая аналитика и прогностика.

## **ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ПОЛИТИЧЕСКОГО РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Рекламный продукт как объект производства. Коммуникации политического маркетинга в России. Реклама и связи с общественностью в политических кампаниях. Планирование и проведение политических кампаний. Технологии групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях. Институциональная и правовая база управления связями с общественностью в сфере политики. Тактика избирательных кампаний. Технология производства политической телевизионной рекламы. Технологии производства политической интернет-рекламы.

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ И ОБЩЕСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНО – ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Предмет, задачи и значение курса «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности».

Правовое регулирование рекламы, журналистики и авторского права. Специальные требования к отдельным видам рекламы. Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения. Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Гражданско-правовые отношения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. договоры в сфере рекламы. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности. Профессиональные зарубежные и отечественные кодексы этики, нравственные и социальные институты рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью. Авторское право и смежные права в рекламе. Правовая охрана средств индивидуализации товаров работ, услуг, участников экономических отношений. Юридическая ответственность в сфере рекламы. Споры в сфере рекламы. Правовая организация института СМИ.

## **СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ**

Стилистика как раздел языкознания. Основные разделы лингвистической стилистики: стилистика ресурсов, стилистика текста, функциональная стилистика. Понятие коннотации, стилистическое значение, его виды. Стилистическая норма. Стилистические функции устаревших и новых слов, различных видов лексических заимствований. Тропы и стилистические фигуры, основанные на нарушении норм использования лексических единиц. Стили произношения. Стилистические средства фонетики (звуковые повторы, ударение, интонация). Стилистическое использование существительных конкретных, отвлеченных, собирательных и вещественных, собственных и нарицательных, одушевленных и неодушевленных, личных и неличных. Стилистическая характеристика категорий рода и числа, вариантов падежных окончаний. Место прилагательных в разных стилях; стилистическое использование имен прилагательных разных разрядов, кратких форм и форм степеней сравнения; синонимия прилагательных и существительных в косвенных падежах. Место глагола и его неспрягаемых форм в различных стилях. Стилистические возможности инфинитива,

причастия и деепричастия. Стилистическая характеристика разрядов слов категории состояния.

## **ИСТОРИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ**

Реклама в государствах Древнего мира. Первые признаки развития рекламы в виде торговли. Зарождения ранних культур и проявление рекламы посредством письменных текстов. Роль античной культуры в рекламной деятельности. Изобретение книгопечатания новый качественный этап в развитии рекламы. Развитие рекламы в Западной Европе и США. Первое печатное рекламное объявление и его значение для рекламной деятельности. Значение индустриальную революцию в середине XVIII века для рекламной деятельности. Становление специализированными компаниями и агентствами. Реклама в России. Развитие рекламное дело начиная с X-XIV вв. Вклад лубочного ремесла (народных картинок). Специфические способы размещения рекламной продукции. Роль рекламы в период советской власти. Первые рекламные агентства в России. Реклама во время НЭПа. Ярмарки их значение для рекламы. Современная многофункциональная реклама.

## **РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПОЛИТИКЕ**

Политический PR и политическая реклама в системе связей с общественностью. Нормативно-правовые основы политической рекламы. Целевые аудитории PR и политической коммуникации. PR в избирательном процессе. Планирование политических кампаний. Манипулирование политических кампаний. Манипулирование в механизме политической власти. Имидж кандидата. Формы рекламной и PR-коммуникаций в избирательных кампаниях. Технологии групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях.

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА**

Предмет профессиональной этики, ее категории и функции. Возникновение и исторические этапы развития профессиональной этики. Профессиональная этика в информационном обществе. Особенности служебной и деловой этики. Моральные требования к профессиональной деятельности. Профессионализм как нравственная черта личности.

## **ЛОГИКА**

Логика как наука. Предмет и значение логики. Основные логические законы. Логика и язык. Понятие как форма мышления. Логические операции с понятиями. Суждение как форма мышления. Логические отношения между суждениями. Общая характеристика умозаключения как формы мышления.

Дедуктивные и непосредственные умозаключения. Общая характеристика и состав простого категорического силлогизма. Условные и разделительные умозаключения. Индуктивные умозаключения. Умозаключения по аналогии. Логика вопросов и ответов. Логические и методологические основы аргументации и критики. Формы развития знания: проблема, гипотеза, теория. История науки логики и теории аргументации.

## **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ**

Совершенствование произносительных навыков, приобретенных в средней школе.оборот There + to be. Видовременные формы английского глагола в действительном и страдательном залогах. Модальные глаголы и их эквиваленты. Степени сравнения прилагательных и наречий. Способы словообразования. Неличные формы глагола: причастие, герундий, инфинитив. Ознакомление с понятием термина. Обучение изучающему чтению профессионального текста. Обучение ознакомительному чтению профессионального текста. Обучение поисковому чтению профессионального текста.

Обучение разным способам компрессии текста: аннотирование, реферирование. Обучение речевому этикету. Обучение навыкам диалогической речи. Обучение навыкам монологической речи. Формирование лексических навыков.

## **ОСНОВЫ ВОЕННОЙ ПОДГОТОВКИ**

Общевоинские уставы ВС РФ, основные требования и содержание, их применение при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов. Внутренний порядок и суточный наряд. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы. Строевая подготовка. Строевые приемы и движение без оружия. Огневая подготовка из стрелкового оружия. Основы, приёмы и правила стрельбы из стрелкового оружия. Основные виды стрелкового оружия и ручных гранат. Основы тактики общевойсковых подразделений. Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ. Основы общевойскового боя. Средства индивидуальной защиты и порядок их использования, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций, террористического акта и военных конфликтов. Военно-политическая подготовка. Военная доктрина Российской Федерации. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника. Радиационная, химическая и биологическая защита. Военная топография. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Основы медицинского обеспечения. Приёмы оказания первой помощи пострадавшим.

## **КОНФЛИКТОЛОГИЯ**

История развития, теории и основные понятия конфликтологии. Виды конфликтов и основные стадии их развития. Межличностные конфликты и конфликты в коллективах. Конфликты в малых группах и трудовых коллективах. Социально-трудовые и политические конфликты. Межэтнические и супружеские конфликты. Конфликты в социально-педагогическом процессе. Насилие в конфликтах. Управление конфликтами. Профилактика конфликтов в организации. Политические конфликты. Межэтнические конфликты. Супружеские конфликты. Конфликты в социально-педагогическом процессе. Духовные факторы возникновения и обострения конфликтных ситуаций. Насилие в конфликтах. Управление конфликтами. Профилактика конфликтов в организации.

## **РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ОБЩЕСТВЕННЫХ СТРУКТУРАХ**

Предмет, задачи курса «Реклама и связи с общественностью в государственных и общественных структурах». Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России. Понятие и общие требования к рекламе. Правовой статус участников рекламного процесса. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности. Юридическая ответственность в сфере рекламы.

Информационный процесс и информационное пространство. Роль и функции информационного пространства в современном мире. Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти управления на федеральном уровне и на региональном уровне. Особенности PR - деятельности в партиях, общественно - политических движениях и избирательных кампаниях. Инструменты деятельности PR-служб. Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб. Организация работы со средствами массовой информации. Особенности работы с интернет – коммуникациями. Организация и специфика внешнекорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти. Организация и специфика внутрикорпоративной деятельности связей с общественностью в органах государственной власти.



## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ**

Предмет маркетингового исследования. Принципы и методология маркетингового исследования. Сущность и организация маркетинговой информации. Структура маркетинговой информации. Методика опросов. Экспертные методы и методика генерации идей. Понятие и предмет маркетингового анализа. Методология маркетингового анализа (включая ситуационный). Ситуационный анализ: понятие, функции, составные части. Конъюнктурный анализ рынка с элементами ситуационного анализа. Стратегический анализ рынка с использованием ситуационного анализа. Применение маркетинговых исследований в рекламной и СО деятельности.

## **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ**

Кризис — чрезвычайное происшествие. Типология кризисов. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Информирование о управлении в условиях кризиса. Коммуникация в кризисных ситуациях. Факторы успеха. Борьба со слухами. Версия — ключевой момент в нейтрализации последствий кризиса. Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях. Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации.

## **ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ**

Приемы и алгоритмы манипулятивного влияния. История изучения общественного мнения. Общественное мнение — само - сознание общества. Общественное мнение как социальный институт. Роль СМИ в процессе формирования и функционирования общественного мнения. Социологический и социально-психологический подходы к общественному мнению. Современные методы изучения общественного мнения. Общественное мнение в различных сферах жизнедеятельности общества. Информационно-психологическое воздействие в массовых информационных процессах и особенности его анализа. Слухи как вид социальной коммуникации и функционирования общественного мнения. Общие правила и требования к проведению информационно-пропагандистских акций в процессе осуществления психологических операций. Структуры и способы мышления как мишени манипулятивного воздействия на личность.

## **УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ И БРЭНДИНГ**

Понятие бренда и его отличительные черты от торговой марки. Брендинг: создание и управление брендом. Управление компанией - управление капиталом бренда. Определение марки, бренда и марочного капитала. Современное понятие товара. Потребители и целевые аудитории. Маркетинговые инструменты. Информационное обеспечение брендинга. Основные методы маркетинговых исследований, применяемые в современном брендинге. Проведение маркетинговых исследований при стратегическом планировании бренда. Исследовательские методы поиска идей для атрибутики бренда. Работа со сторонними исследовательскими организациями. Бюджет затрат на маркетинговые исследования в брендинге и способы оптимизации. Товарный знак. Фирменный стиль. Анализ состояния и исследование бренда. Ребрендинг, понятие и значение.

## **ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Отдел рекламы и связей с общественностью в структуре организации, целесообразность и задачи подразделения в структуре организации, функции связей с общественностью в организации, функции рекламы в организации, ИМК как современная коммуникативная стратегия, планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью, соотношение деятельности по связям с общественностью и рекламному сопровождению, принципы распределения бюджета в СО и рекламе, принципы медиапланирования, методики оценки эффективности связей с

общественностью и рекламы, исследования в связях с общественностью и рекламе, методы развития творческого мышления в СО рекламе, роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии. Подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий. Производственный сегмент и его задачи. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи. Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью.

## **МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Понятие методов и методологий в области исследований. Общая характеристика исследований в связях с общественностью и рекламе. Количественные и качественные показатели рекламы. Функции количественных и качественных методов социологического исследования в свете современных методологических представлений. Определение методов сбора данных. Влияние методологии на исследовательский процесс. Маркетинговые исследования рекламной деятельности.

## **ПРОИЗВОДСТВО И РАСПРОСТРАНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Предмет и учебные задачи курса «Производства и распространения рекламного продукта». Психология восприятия рекламного продукта потребителем. Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм. Разработка стратегии рекламного текста. Креативные технологии в рекламе и методология креативного мышления. Технологии событийной рекламы. Стратегии социальной рекламы

## **РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ**

Понимание религии как феномен культуры, и как мировоззрение, и как механизм выработки ценностей и норм, на которых основывается общечеловеческая мораль. Исследовать соотношение религии, государства и права в России в их историческом развитии, что является существенной проблемой не только религиоведения, но и юридической науки. Рассматривается религия как социально-культурное явление, антропологические, социальные и психологические корни религии, социально-культурные функции религии, рассматриваются основные мировые религии.

## **ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

Основы маркетинга, его цели, принципы и функции. Этапы развития маркетинга. Современная концепция Маркетинга. Маркетинговые исследования, их содержание и методы проведения. Информационное обеспечение маркетинга. Маркетинговая среда. Анализ рынка. Анализ предпочтений и мотивации потребителя. Анализ предприятия. Сегментация и выбор целевого рынка. Стратегия и планирование маркетинга. Товарная политика. Ценовая политика. Каналы распределения и товародвижения. Спрос и стимулирование сбыта. Коммуникативная политика в маркетинге. «Маркетинговая смесь». Реклама в сфере маркетинговых служб. Конкурентоспособность товара и фирмы. Планирование маркетинговой деятельности. Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности. Критерии эффективности. Роль коммуникационного аудита.

## **ИСТОРИЯ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Общая характеристика древнерусской литературы. Памятники переводной литературы Киевской Руси XI в. и литература Киевской Руси в XI-XII вв. Развитие русского сентиментализма. Литература XVIII в. Литература XIX в. «Золотой век русской поэзии». Литература XX в. «Серебряный век» русской литературы. Развитие эпических жанров русской литературы в 1920-х — начале 1950-х гг. Литература второй половины

1950-х - середины 70-х годов. Развития русской литературы в 1980-х — 2000-х гг. Пост - тоталитарное время.

## **ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Сущность и основные положения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Модели и стратегии интегрированных коммуникаций.

Маркетинговые услуги (нетрадиционная реклама) в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Основные компоненты ИМК. Отношения со СМИ («Media relations»). Планирование кампании интегрированных маркетинговых коммуникаций. Цели и целевая аудитория. Специальные и promotion PR - мероприятия. Планирование бюджета интегрированных маркетинговых коммуникаций и график мероприятий.

Оценка эффективности коммуникативной политики. Социологическое обеспечение интегрированных коммуникаций. Управление интегрированными коммуникациями. Современные технологии интегрированных коммуникаций. Бизнес-план и его особенности его создания. Особенности реализации идеи при коммуникации. Организация и проведение PR-кампании. Возможные барьеры процессу интеграции коммуникаций. Обоснование сферы собственной продюсерской деятельности.

## **ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ**

Медиа-планирование как особая профессиональная деятельности в сферах PR и рекламы. Медиаисследования как процесс получения медиаданных. Выбор медиасредств: основные процедуры и характеристики. Целевые сегменты рынка и соответствие их рынку средств массовой информации. Рейтинги и их роль в медиа- планировании. Выбор средств массовой информации, медиамикс. Использование компьютерных технологий в медиапланировании. Определение бюджета коммуникационной кампании. Оценка эффективности медиаплана и повышение эффективности медиапланирования.

## **ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ**

### **ОБЩАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА**

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни студента. Психофизические основы учебного труда и интеллектуальной деятельности. Средства физической культуры в регулировании работоспособности. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавра.

Профессионально-прикладная физическая подготовка. Основы самостоятельной кондиционной подготовки. Волейбол. Лёгкая атлетика. Баскетбол. Гимнастика. Лыжные гонки. Стрельба. Плавание (теоретическое освоение). Туризм. Футбол.

### **ЛЕГКАЯ АТЛЕТИКА**

Основы кондиционной подготовки. Теоретическая подготовка в легкой атлетике. Общая и специальная физическая подготовка в легкой атлетике. Техническая подготовка в легкой атлетике. Тактическая подготовка в легкой атлетике. Психологическая подготовка в легкой атлетике. Контрольные игры и соревнования. Судейская практика в легкой атлетике.

## **ОСНОВЫ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

Первичная и вторичная профилактика заболеваний средствами физической культуры. Устранение функциональных отклонений и компенсация остаточных явлений после перенесенных заболеваний средствами физической культуры. Легкая атлетика. Баскетбол. Гимнастика. Лыжные гонки. Волейбол. Плавание (теоретическое освоение).

## **РАБОТА С ТЕКСТАМИ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ**

Основы письменной коммуникации и классификация PR-материалов. Классификация видов текста. Понятие художественной и маркетинговой ценности рекламного текста. Понятие художественного приема и его роль в рекламном и PR текстах. Рекламный текст и его жанры.

Композиционная структура рекламного текста. PR – текст и его жанры. Композиционная структура PR – текста. Специфика PR – текстов в Интернете. Новостной и исследовательский аспект текста. Особенности составления рекламных текстов для медийных коммуникаций. Биография первого лица организации: структура, цель, канал информации. Корпоративный бюллетень: концепция, структура, рубрики, жанры, редактирование. Аналитическая записка. Годовой отчет. Обзоры прессы (мониторинг). Структура мониторинга, цель, задачи. Переписка. Сопроводительные письма. Спичрайтинг. Тезисы речи руководителя. Юридические и этические нормы текста, информационная культура.

## **РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Текст в различных научных дискурсах. Рекламный текст и его жанры. Понятие художественного приема и его роль в рекламном и PR текстах. Специфика PR – текстов в Интернете. Новостной и исследовательский аспект текста. Особенности составления рекламных текстов для медийных коммуникаций. Биография первого лица организации: структура, цель, канал информации.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Предмет и задачи курса. Место инновационного менеджмента в комплексе дисциплин по теории и практике управления. Маркетинговый подход к разработке и выведению на рынок нового товара. Роль НИОКР в менеджменте фирмы как субъекта рынка. Обзор рыночной ситуации и генерация идей. Стратегия НИОКР. Стратегический менеджмент инноваций. Финансовая оценка научно-технических проектов. Жизненный цикл изделия и роль научно-технической подготовки производства. Организация и порядок выполнения НИР. Планирование и управление программами НИОКР. Экономическая разведка - неотъемлемая часть инновационного менеджмента.

## **СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Событийный маркетинг: понятие, составляющие. Классификация специальных мероприятий и их функциональные задачи. Общие принципы подготовки мероприятий. Стратегическое планирование мероприятия. Постановка цели и задач. Определение целевой аудитории, анализ интересов и потребностей, определение ключевых групп. Анализ конкурентов. Концепция мероприятия и ее видение ключевыми группами. Сценарий, программа и календарный план мероприятия. Бюджет мероприятия. Система контроля ошибок при планировании. Презентация event-проекта. Этап реализации. Место проведения и критерии его выбора. Работа с ключевыми группами: работа со СМИ, привлечение партнеров и спонсоров, привлечение участников. Подбор артистов. Оформление, экспозиция. Разработка и производство сопутствующих материалов. Реклама мероприятия. Выбор канала коммуникации в зависимости от целевой аудитории, идеи мероприятия и бюджета. PR план. Интернет – PR в интернете, комьюнити, блоги,

социальные сети. Разработка и распространение рекламных материалов. Продажа билетов. Риск-менеджмент мероприятия. Основные риски. Сопутствующие риски. Финансовые риски. Риски, связанные с контентом. Проведение мероприятия. Подробный сценарий. Распределение зон ответственности. «Post-event» менеджмент. Оценка эффективности. Сбор пресс материалов, PR отчет. Организация обратной связи с ключевыми группами.

### **ИМИДЖЕОЛОГИЯ И ИМИЖМЕЙКИНГ**

Имиджелогия как учебная и научная дисциплина. Инструментарий имиджелогии. Использование средств массовой информации в процессе формирования имиджа. Психологические аспекты создания имиджа. Понятие и типы имиджмейкинга. Управление индивидуальным имиджем. Имидж как личное достояние. Управление корпоративным имиджем. Имидж продукта и пользования продуктом.

### **ПРЕЗЕНТАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

Презентация как специальное мероприятие в связях с общественностью. Особенности классификаций, видов целей и функций презентации. Структура презентационной деятельности. Разработка и планирование презентации в рамках работы по связям с общественностью. Специальные мероприятия. Работа с целевой аудиторией в презентационной деятельности. Основные этапы проведения презентаций и законодательная база. Наглядные средства в презентациях.

### **РЕКЛАМА И АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ**

Введение в дисциплину. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Факторы внутреннего влияния на поведения потребителей. Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта. Модели последовательного поведения потребителей и их роль в стратегическом планировании рекламы. Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе. Жанры рекламы с позиции анализа влияния на потребителя. Творческое производство рекламного продукта в СМИ с позиции влияния на потребителя. Оценка социально - психологической эффективности рекламного продукта. Оценка маркетинговой и коммуникативной эффективности рекламного продукта.

### **КОНСТРУИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ**

Предмет, цель и задачи курса «Конструирование рекламы», соотношение с другими дисциплинами. Креативные технологии. Виды творческих рекламных стратегий. Рекламная концепция: значение, компоненты, требования к ее компонентам. Стили создания рекламного обращения. Роль и место рекламы в сфере маркетинговых коммуникаций. Роль и место рекламы в связях с общественностью. Реклама и стимулирование сбыта. Реклама и брендинг. Использование мотивов и потребностей как основы конструирования рекламы.

### **ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ГЭК**

#### **УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) ПРАКТИКА**

Закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими первых практических навыков и компетенций, а так же опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; адаптация студентов к профессиональной деятельности в условиях действующих предприятий (организаций); знакомство с реальной практической работой предприятия, изучение истории, состояния и перспектив развития организации; изучение опыта организации управления, анализ организационной структуры и должностных обязанностей сотрудников. Основы организации трудовой деятельности по избранному

профилю, документообороту, распределению обязанностей, должностные инструкции, правилами размещения материалов в СМИ; культура труда, этика сотрудника, соблюдение требований охраны труда; сбор материалов (нормативные документы, учебные и аналитические материалы, статистические данные) в рамках полученного индивидуального задания; проведение анализа и систематизация собранных материалов и показателей; развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы; освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать результаты по индивидуальным заданиям.

### **УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) ПРАКТИКА**

Закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими первых практических навыков и компетенций, а так же опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; адаптация студентов к профессиональной деятельности в условиях действующих предприятий (организаций); знакомство с реальной практической работой предприятия, изучение истории, состояния и перспектив развития организации; изучение опыта организации управления, анализ организационной структуры и должностных обязанностей сотрудников. Основы организации трудовой деятельности по избранному профилю, документообороту, распределению обязанностей, должностные инструкции, правилами размещения материалов в СМИ; культура труда, этика сотрудника, соблюдение требований охраны труда; сбор материалов (нормативные документы, учебные и аналитические материалы, статистические данные) в рамках полученного индивидуального задания; проведение анализа и систематизация собранных материалов и показателей; развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой работы; освоение работы с разнообразными источниками информации, умение систематизировать и обобщать результаты по индивидуальным заданиям.

### **УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ) ПРАКТИКА**

Общая характеристика агентства; специализация агентства; существующая на предприятии практика планирования и проведения рекламных и других коммуникационных кампаний; порядок заключения и реализации договоров по оказанию рекламных услуг или услуг по связям с общественностью; используемые в агентстве методы и порядок ценообразования на предоставляемые услуги; практика составления медиапланов; основные этапы и технология процесса разработки рекламного и СО продукта; организация взаимоотношений с заказчиками; порядок формирования рекламного бюджета; основные каналы распространения рекламы производимой продукции; основные этапы и технология процесса разработки рекламного и СО продукта; оценка эффективности рекламной деятельности. Выполнение реальных работ закрепление теоретических знаний, полученные студентами при изучении дисциплин направления. Приобретение практических навыков, необходимые в будущей профессиональной деятельности и опыта работы в области рекламного дела. Последовательное расширение и усложнение формируемых у студентов умений и практических навыков по мере перехода от одного вида практики к другому; связь практики с теоретическими основами обучения. Тематическая направленность и содержание практики определяются её видом. Содержание базируется на материалах лекций, программах семинарских и практических занятий, курсовых работ, изучаемых и выполняемых на соответствующем курсе обучения, а также с тематикой госбюджетных и хоздоговорных НИР, выполняемых на кафедре.

### **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА**

Освоение новых методов планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний. Изучение специфики проведение маркетинговых исследований.

Исследование и разработка концептуальных основ продвижения коммерческого предприятия. Изучение специфики проведения маркетинговых исследований и социологических исследований. Ситуационный анализ рынка, исследование конкурентной среды. Исследование и разработка рыночной и рекламной стратегии продвижения товара на рынок. Организация индивидуальной и коллективной творческой работы в рамках планирования и проведения рекламной и PR-кампании. Разработка рекламного креатива на основе результатов исследований. Освоение методов анализа эффективности рекламной и PR-кампании. Руководство осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. Специфика проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

### **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА**

Освоение новых методов планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний. Изучение специфики проведения маркетинговых исследований. Исследование и разработка концептуальных основ продвижения коммерческого предприятия. Изучение специфики проведения маркетинговых исследований и социологических исследований. Ситуационный анализ рынка, исследование конкурентной среды. Исследование и разработка рыночной и рекламной стратегии продвижения товара на рынок. Организация индивидуальной и коллективной творческой работы в рамках планирования и проведения рекламной и PR-кампании. Разработка рекламного креатива на основе результатов исследований. Освоение методов анализа эффективности рекламной и PR-кампании. Руководство осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. Специфика проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

### **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА**

Преддипломная практика относится к обязательной части учебного плана. Она обеспечивает логическую взаимосвязь между требованиями к практической деятельности и теоретическими знаниями. Практика базируется на изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговой коммуникационной, или рекламной деятельности; участие студента-выпускника в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией; способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации. Навыки по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации и навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, проведение маркетинговых исследований на предприятии; сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы; владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

### **ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Подбор литературы, ее изучение и обработка. Составление библиографии по основным источникам. Накопление, систематизация анализ практических материалов. Подготовка текста выпускной квалификационной работы. Оформление текста выпускной квалификационной работы к защите.

### **ФТД.01 ИСТОРИЯ ДАГЕСТАНА**

Кавказ в доисторическую эпоху. Возникновение общинно-родовых отношений на Северном Кавказе. Распространение ислама на Северном Кавказе. Зарождение государств на Кавказе. Дагестан в средние века. Кавказская война и ее последствия для Дагестана. Гражданская война и Дагестан. Современный Дагестан.

### **ФТД.02 ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ**

Что такое Россия. Российское государство-цивилизация. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации. Политическое устройство России. Вызовы будущего и развитие страны.

### **ФТД.03 ЭТИКА И КУЛЬТУРА НАРОДОВ РОССИИ**

Народы России: проблемы исторической и культурной общности. Понятие и структура традиционной культуры. Традиции материальной культуры народов России. Традиционные жилища народов России. Традиционная кухня народов России. Традиционные виды спорта. Традиции духовной культуры народов России. Традиционные религии народов России. Обряды жизненного цикла. Традиции рождения и имя наречения. Свадебные традиции народов России. Похоронные традиции. Традиционные народные праздники в России. Традиционное декоративно-прикладное творчество народов России. Традиционная культура народов России в современном мире. Современные формы развития традиционной народной культуры. Проблемы сохранения традиционной культуры народов России.