

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

**Аннотация к рабочим программам дисциплин (модулей) и практик**

по направлению подготовки

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки:  
**Цифровой бренд-менеджмент**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Магистр**

Год приема  
**2023**

### **Б1.О.01.01 Лидерство и руководство командной работой**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Целеполагание.

Тема 2. Самодиагностика лидерского потенциала.

Тема 3. Самодиагностика уровня самоорганизации деятельности.

Тема 4. Введение в курс. О курсе. Введение в проблему лидерства.

Тема 5. Феномен ЛИДЕРСТВА.

Тема 6. Миссия ЛИДЕРА или инициатива наказуема.

Тема 7. Прояснение лидерского потенциала.

Тема 8. Воплощение лидерского (личностного) потенциала.

Тема 9. Практики лидерства.

Тема 10. Технологии лидерства.

Тема 11. Креативное лидерство.

Тема 12. Командное взаимодействие.

Тема 13. Ресурсы для лидеров.

Тема 14. Самодиагностика и развитие коммуникативного потенциала.

Тема 15. Стили командного лидерства

### **Б1.О.01.02 Профессиональная коммуникация на иностранном языке**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

практические занятия: 52 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Professional Self-Presentation

Тема 2. The Basics of Public Relations

Тема 3. The Basics of Branding

Тема 4. Verb Tenses in English (Active Voice)

Тема 5. Verb Tenses in English (Passive Voice)

Тема 6. Asking Questions in English

### **Б1.О.01.03 Межкультурное взаимодействие**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 4 ч;

практические занятия: 24 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Мотивационное занятие «Межкультурное взаимодействие как компетенция современного человека». Актуализация и проблематизация тематики по курсу.

Национализм, радикализованная идентичность, «внехрамовая религиозность», последствия глобализации, «Soft Power».

Тема 2. Основные понятия МКВ. Сравнения культур, аккультурация, трансмиссия, индексы Г. Хофстеде и индикаторы по которым можно сравнивать культуры, «культура вины и стыда».

Тема 3. Культурный шок. Специфика, стереотипы, механизмы преодоления, эмпатический тип коммуникации.

Тема 4. Этнический компонент коммуникации. Этноцентризм, вариации национализма, формы межнациональных отношений.

Тема 5. Религиозный фактор: что необходимо знать при взаимодействии с религиозным и воцерковленным человеком. Индикаторы воцерковленности, виды и специфика современной религиозности.

Тема 6. Субпоток и субкультуры. Городские сцены и течения. Профессиональные сообщества.

Тема 7. Организационные культуры. Специфика, теории и методики изучения. Основные характеристики организационных культур.

Тема 8. Деловая этика. Отношения внутри компании, специфика речи, поведения. Правила поведения при использовании разных средств коммуникации.

### **Б1.О.02 Философско-научные исследования цифрового сетевого общества**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 20 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Цифровое общество-Сеть: эволюция представлений (концепции, образы, метафоры).

Тема 2. Цифровые кочевники: генезис и ключевые образы-понятия.

Тема 3. Основные факторы возникновения цифрового нондизма, его преимущества и риски. Культура DN как знаковая система.

Тема 4. Основные типы и социально-психологические профили цифровых нондодов; особенности их бизнес-коммуникаций.

Тема 5. Философско-научная идентификация современного общества: от информационного к сетевому цифровому (краткий обзор актуальных концепций).

Тема 6. Анализ тенденций развития общественных и государственных институтов цифрового общества и их освещение в медиатекстах и коммуникационных продуктах.

Тема 7. Авторские концепты и исследовательские подходы: возможности их использования при принятии профессиональных решений.

### **Б1.О.03 Антропология и семиотика цифровых коммуникаций**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Предмет антропологии и семиотики. Антропологический и семиотический подход к миру цифровых коммуникаций.

Тема 2. Антропологический и семиотический подход к маркетинговым коммуникациям и брендингу.

Тема 3. Семиотический дизайн в брендинге.

Тема 4. Особенности цифровой культуры как семиосферы.

Тема 5 Человек и коммуникативно-цифровые технологии.

#### **Б1.О.04 Основы научных исследований в профессиональной сфере**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 4 ч;

практические занятия: 26 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

##### **Тематический план:**

Тема 1. Введение. Цели и задачи курса. PR и реклама как объекты научного исследования.

Тема 2. Магистерская диссертация как результат научного исследования: основные «реквизиты» исследования целеполагание.

Тема 3. Магистерская диссертация как результат научного исследования: методология.

Тема 4. Специфика проектной деятельности

Тема 5. Смысловые, содержательные и структурные особенности диссертации проектного типа

Тема 6. Драматургия научного исследования

Тема 8. Организация работы с источниками научной информации

Тема 9. Научная новизна и практическая значимость исследования

Тема 10. Проблематизация научного исследования

Тема 11. Современные методы научного социально-гуманитарного исследования по проблематике социальных коммуникаций.

Тема 12. Специально-научные и прикладные методы исследования новых медиа

Тема 13. Формы представления результатов исследования: магистерская диссертация, статья, аннотация, рецензия и др.

#### **Б1.О.05 Основы бренд-менеджмента**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

##### **Тематический план:**

Тема 1. Основные подходы и концептуально-понятийный аппарат бренд-менеджмента.

Тема 2. Ценности и мотивационные типы как основа создания и трансляции бренда.

Тема 3. Система идентичности и индивидуальности в бренд-менеджменте.

Тема 4. Позиционирование и продвижение бренда. Коммуникационные кампании и мероприятия.

Тема 5. Создание и управление брендом: off-line и on-line.

#### **Б1.О.06 Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:  
лекции: 10 ч;

практические занятия: 14 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Особенности текста для новых медиа.

Тема 2. PR-текст: сущностные характеристики.

Тема 3. Жанры PR-текста как инструмента бренд-менеджмента в новых медиа.

Тема 4. Медiateксты в системе бренд-менеджмента.

Тема 5. Язык современной рекламы в системе бренд-менеджмента.

**Б1.О.07 Событийные коммуникации брендов в интернет**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Специальные события как инструмент ИМК: преимущества, цели, характеристики.

Тема 2. Типология специальных событий (офлайн, онлайн и гибридные форматы форматы).

Тема 3. Событийность как фактор повышения эффективности ивента в контексте актуальных технологических трендов.

Тема 4. Этапы организации специального события как коммуникационного проекта (по формуле RACE).

Тема 5. Анализ ресурсов в event-менеджменте. Управление кадровым ресурсом. Управление ресурсом времени.

Тема 6. Управление финансовым ресурсом: бюджет, смета, отчетность, взаимодействие со спонсорами.

Тема 7. Управление информационным ресурсом: разработка концепции, названия; программы и сценария события; этапы освещения специального события в традиционных и новых медиа; разработка сайта специального события, работа с контентом; копирайтинг в event-менеджменте; основы медиапланирования.

Тема 8. Управление техническим ресурсом: взаимодействие с техническими партнерами; составление брифа; составление технического задания: разработка и подготовка к производству рекламно-информационной и сувенирной продукции. Визуальное оформление пространства и создание атмосферы мероприятия с учетом технологических трендов (кейсы).

Тема 9. Особенности подготовки и проведения различных видов и форматов специальных событий с использованием интернет-технологий (на примере организации реального мероприятия в команде).

**Б1.О.08 Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 10 ч;

практические занятия: 22 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Рекламная и PR-кампания онлайн и офлайн: определение, сущностные характеристики, типология.

Тема 2. Коммуникационный аудит.

Тема 3. Ситуационный анализ.

Тема 4. Стратегическое планирование.

Тема 5. Технологии организации рекламных и PR-кампаний и оценка эффективности.

Тема 6. Социальные кампании: спонсоринг и фандрайзинг.

Тема 7. Имиджевые кампании в СО.

Тема 8. Создание и продвижение бренда.

Тема 9. Понятие геобрендинга. Кампании по созданию и продвижению геобренда.

Тема 10. Коммуникационный кризис-менеджмент. Кампании по предотвращению кризисов и ликвидации его последствий.

**Б1.О.09 Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 10 ч;

практические занятия: 22 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Маркетинговые коммуникации: принципы, элементы, подходы. Отличие МК от ИМК. Задачи и принципы ИМК.

Тема 2. ИМК: ATL ( above-the-line ), BTL ( below-the-line ), TTL ( through-the-line ).

Синергизм ИМК. Неформальные маркетинговые коммуникации.

Тема 3. PR, реклама и выставки в системе ИМК.

Тема 4. Бренд в системе ИМК.

Тема 5. Позиционирование и продвижение бренда с помощью инструментов и средств ИМК в цифровой среде.

**Б1.О.10 Основы профессиональной деятельности**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. «Профессиограмма» магистра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Тема 2. Цифровой бренд-менеджмент. Бренддинг в условиях изменяющейся среды – адаптивные технологии в управлении брендом.

Тема 3. Формирование профессионального имиджа в социальных сетях.

Тема 4. Событийные коммуникации брендов в интернете.

Тема 5. Технологии управления общественным мнением в профессиональной деятельности социальных коммуникаторов.

Тема 6. Сетевое информационно-коммуникативное общество как пространство профессиональной деятельности магистра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Тема 7. Профессиональная траектория будущих специалистов и исследователей в сфере цифрового бренд-менеджмента.

### **Б1.В.01 Профессиональные компетенции в высшей школе**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

лекции: 12 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Университет и мировые образовательные тренды.

Тема 2. Спектр «университетских» профессий специалиста в сфере коммуникаций.

Тема 3. Научно-исследовательская деятельность как стратегия профессионального развития в высшей школе.

Тема 4. Корпоративная культура университетов и этические основания практики специалистов по Р и СО в высшей школе.

Тема 5. Этические основания профессиональных коммуникаций специалистов по Р и СО.

Тема 6. Развитие корпоративной культуры как основа формирования идентичности бренда университета.

Тема 7. Создание конкурентоспособных образовательных программ и онлайн-курсов в вузе.

Тема 8. Цифровые технологии в образовании.

Тема 9. Цифровая грамотности и способы ее повышения в высшей школе.

Тема 10. Внешние и внутренние медиакоммуникации университета.

Тема 11. Специальные мероприятия в высшей школе онлайн и оффлайн.

Тема 12. Бренд-коммуникации университета в новых медиа.

Тема 13. Научный PR: особенности технологии и современные подходы.

### **Б1.В.02 Деловые коммуникации в PR и рекламе**

Дисциплина обязательная для изучения.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 4 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR and advertising. What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.

Тема 2. Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.

Тема 3. Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.

Тема 4. Основы деловой коммуникации в PR и рекламе./The fundamentals of business communications in PR and advertising.

Тема 5. What makes a successful communicator?/Как стать успешным коммуникатором.

Тема 6. Writing for business: Letters and e-mails./Письменные деловые коммуникации: написание писем на английском языке.

Тема 7. Presenting in English: Persuasive speaking and Power Presentations./ Подготовка презентаций на английском языке: как выступить убедительно и грамотно подготовить презентацию на английском языке.

Тема 8. Business socializing in English: Opening a conversation./Деловое общение на английском: как начать разговор.

Тема 9. Business socializing in English: Making conversations./Деловое общение на английском: как поддержать беседу.

Тема 10. Business socializing in English: Making arrangements./Деловое общение на английском: как договориться с партнером.

Тема 11. Business socializing in English: Leave-taking./Деловое общение на английском: как попрощаться.

Тема 12. What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.

Тема 13. Stages of negotiation./ Этапы переговоров.

Тема 14. Negotiation strategies./ Стратегии переговоров.

Тема 15. How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.

Тема 16. What is negotiation? Basic points. / Переговоры. Основные моменты.

Тема 17. Stages of negotiation:

1. Preparation

2. Discussion

3. Clarification of goals

4. Negotiate towards a Win-Win outcome

5. Agreement

6. Implementation of a course of action./

Этапы переговоров:

1. Подготовка ОР-

2. Обсуждение

3. Постановка целей

4. Достижение взаимовыгодного соглашения

5. Планирование деятельности

Тема 18. Negotiation strategies: problem solving, contending, yielding, compromising, inaction./ Стратегии переговоров: принятие решений, убеждение, компромисс, бездействие.

Тема 19. How to negotiate successfully: Negotiator qualities./ Как успешно вести переговоры: важные характеристики.

Тема 20. Negotiating in English: Preparing to negotiate./ Переговоры на английском: подготовка.

Тема 21. Negotiating in English: Making proposals./ Переговоры на английском: как сделать предложение.

Тема 22. Negotiating in English: Reaching agreement./Переговоры на английском: как достичь соглашения.

Тема 23. Negotiating in English: Concluding the deal./Переговоры на английском: завершаем сделку.

### **Б1.В.03 Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:  
лекции: 10 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Межкультурные коммуникации в эпоху цифрового информационного общества.

Тема 2. Высококонтекстная и низкоконтекстная коммуникация.

Тема 3. Искусство убеждения в межкультурной деловой коммуникации.

Тема 4. Доверие в межкультурной деловой коммуникации.

Тема 5. Understanding Group Affiliations.

**Б1.В.04 Правовое регулирование новых медиа**

Дисциплина обязательная для изучения.

Первый семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 6 ч;

практические занятия: 12 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Основы российского информационного права и их использование в сфере связей с общественностью и рекламы в новых медиа.

Тема 2. Правовое регулирование PR-деятельности в новых медиа.

Тема 3. Правовое регулирование рекламной деятельности в новых медиа.

**Б1.В.05 Плейсменеджмент и плейсмейкинг**

Дисциплина обязательная для изучения.

Третий семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Коммуникация в плейс-менеджменте и плейсмейкинге.

Тема 2. Коммуникация с целевыми аудиториями в кампаниях, организованных вокруг плейсмейкинга.

Тема 3. Исследования в плейсмейкинге.

**Б1.В.ДВ.01.01 Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом**

Дисциплина по выбору.

Первый семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 16 ч;

практические занятия: 36 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Интернет-маркетинг как одно из направлений продвижения.

Тема 2. Интернет-брендинг как отдельная стратегия продвижения.

Тема 3. Инструменты Интернет-маркетинга для продвижения в электронной коммерции.

Тема 4. Инструменты Интернет-маркетинга для управления и продвижения бренда.

**Б1.В.ДВ.01.02 Организация предпринимательской деятельности**

Дисциплина по выбору.

Первый семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 16 ч;

практические занятия: 36 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

<https://stepik.org/course/90143/promo>

**Б1.В.ДВ.02.01 Коммуникационный менеджмент**

Дисциплина по выбору.

Первый семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Коммуникационный менеджмент как основной тип управления в современном информационно-коммуникативном обществе.

Тема 2. Коммуникации в организациях и корпоративная культура.

Тема 3. Стратегии и тактики коммуникационного менеджмента и принципы их разработки и реализации.

Тема 4. Трансперспективный подход к коммуникационному менеджменту.

**Б1.В.ДВ.02.02 Русский язык и культура речи**

Дисциплина по выбору.

Первый семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Основы культуры речи.

Тема 2. Функционально-стилистический аспект культуры речи.

Тема 3. Культура публичной речи.

**Б1.В.ДВ.03.01 Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом**

Дисциплина по выбору.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Имидж и бренд в сетевом информационно-коммуникативном обществе.

Тема 2. Трансляция имиджа посредством сайта.

Тема 3. Трансляция имиджа посредством аккаунта в социальных сетях и блога.

Тема 4. Трансляция имиджа посредством рассылки и мобильного приложения.

Тема 5. Управление цифровым репутационным капиталом бренда посредством сайта.

Тема 6. Управление цифровым репутационным капиталом бренда посредством социальных сетей и блога.

Тема 7. Управление цифровым репутационным капиталом бренда посредством рассылки и мобильного приложения.

Тема 8. От дизайн-концепции к основным элементам фирменного стиля.

Тема 9. Визуальное оформление страниц в социальных сетях и почтовой рассылки.

Тема 10. Лендинг как цифровой носитель фирменного стиля и канал имиджевой коммуникации.

**Б1.В.ДВ.03.02 Менеджмент профессиональной траектории**

Дисциплина по выбору.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

<https://stepik.org/course/114049/promo>

**Б1.В.ДВ.04.01 Технологии управления общественным мнением в новых медиа**

Дисциплина по выбору.

Второй семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 10 ч;

практические занятия: 20 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

**Тематический план:**

Тема 1. Общественное мнение: сущность, содержание и функции.

Тема 2. Общественное мнение в условиях «виртуального» / «онлайнного» общества.

Тема 3. Структура и механизм формирования общественного мнения в реальном и интернет-пространстве.

Тема 4. Анализ авторских концепций общественного мнения.

Тема 5. Изучение общественного мнения: традиционные и новые методы.

Тема 6. Традиционные технологии управления общественным мнением.

Тема 7. Технологии управления общественным мнением в новых медиа.

### **Б1.В.ДВ.04.02 Социальные медиа**

Дисциплина по выбору.

Второй семестр, экзамен

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

лекции: 10 ч;

практические занятия: 20 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Техноэволюция социальных платформ: от «электронных шкафов» (мэйнфреймов) к коллективному разуму социальных медиа.

Тема 2. Web 2.0. Новые пользователи: виртуальная самопрезентация, сетевой этикет (нетикет), новые активности.

Тема 3. Блоггинг как новый инструмент репутационного менеджмента.

Тема 4. Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы.

Тема 5. Организация специальных событий через социальные сети.

Тема 6. Бизнес-сети, хедхантинг и поиск работы в социальных сетях.

Тема 7. Социальные сервисы электронного образования.

### **Б1.В.ДВ.05.01 Бренд города: лучшие мировые практики**

Дисциплина по выбору.

Третий семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Структура и компоненты территориального бренда.

Тема 2. Стратегическое планирование территориального бренда.

Тема 3. Маркетинговые инструменты территориального бренда.

Тема 4. Измерение эффективности и управление развитием территориального бренда.

Тема 5. Бренддинг российских городов.

Тема 6. Цифровой бренд города: теория и практики.

Тема 7. Цифровая аналитика бренда города.

Тема 8. Использование сквозных цифровых технологий в брендлинге территорий.

### **Б1.В.ДВ.05.02 Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику**

Дисциплина по выбору.

Третий семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Кто такой социальный робот?

Тема 2. Роль культуры в формировании представлений о социальном роботе

Тема 3. Этика и социальная робототехника

#### Тема 4. Социальные роботы рядом с нами

### **Б1.В.ДВ.06.01 Маркетинговые социологические исследования в брендинге**

Дисциплина по выбору.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 12 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Введение в социологические и маркетинговые исследования.

Тема 2. Основные этапы программы социологических и маркетинговых исследований, их особенности и типичные ошибки.

Тема 3. Специальные социологические и маркетинговые методы.

Тема 4. Потенциал маркетинговых и социологических исследований в брендинге.

### **Б1.В.ДВ.06.02 Организационная диагностика**

Дисциплина по выбору.

Второй семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 12 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

<https://stepik.org/course/114100/promo>

### **Б2.О.01.01(У) Ознакомительная практика**

Вид: учебная.

Тип: Ознакомительная практика.

Практика обязательная для изучения.

Первый семестр, зачет

Практика проводится на базе ТГУ

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

Общая трудоемкость практики составляет 3 з.е., 108 ч.

Продолжительность практики составляет: 2 нед.

### **Б2.О.01.02(У) Технологическая практика**

Вид: учебная.

Тип: Технологическая практика.

Практика обязательная для изучения.

Третий семестр, зачет

Практика проводится на базе ТГУ

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

Общая трудоемкость практики составляет 3 з.е., 108 ч.

Продолжительность практики составляет: 2 нед.

### **Б2.О.08.01(Н) Научно-исследовательская работа**

Вид: производственная.

Тип: Научно-исследовательская работа.

Практика обязательная для изучения.

Второй семестр, зачет; третий семестр, зачет с оценкой

Практика проводится на базе ТГУ.

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

Общая трудоемкость практики составляет 12 з.е., 432 ч.

Продолжительность практики составляет: 8 нед.

### **Б2.О.08.02(П) Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика**

Вид: производственная.

Тип: Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика.

Практика обязательная для изучения.

Третий семестр, зачет с оценкой

Практика проводится на базе ТГУ или профильной организации (например, МАОУ «Планирование карьеры», «Рекламный дайджест», ТРОО «Стратегия успеха» и др.).

Способы проведения: стационарная, выездная.

Форма проведения: непрерывно в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

Общая трудоемкость практики составляет 9 з.е., 324 ч.

Продолжительность практики составляет: 6 нед.

### **Б2.О.08.03(П) Педагогическая практика**

Вид: производственная.

Тип: Педагогическая практика.

Практика обязательная для изучения.

Третий семестр, зачет

Практика проводится на базе ТГУ или профильной организации (например, МАОУ «Планирование карьеры», «Рекламный дайджест», ТРОО «Стратегия успеха» и др.).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

Общая трудоемкость практики составляет 3 з.е., 108 ч.

Продолжительность практики составляет: 2 нед.

### **Б2.О.08.04(Н) Научно-исследовательская практика**

Вид: производственная.

Тип: Научно-исследовательская практика.

Практика обязательная для изучения.

Четвертый семестр, зачет с оценкой

Практика проводится на базе ТГУ или профильной организации (например, МАОУ «Планирование карьеры», «Рекламный дайджест», ТРОО «Стратегия успеха» и др.).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

Общая трудоемкость практики составляет 15 з.е., 540 ч.

Продолжительность практики составляет: 10 нед.

### **Б2.О.08.05(Пд) Преддипломная практика**

Вид: производственная.

Тип: Преддипломная практика.

Практика обязательная для изучения.

Четвертый семестр, зачет с оценкой

Практика проводится на базе ТГУ или профильной организации (например, МАОУ «Планирование карьеры», «Рекламный дайджест», ТРОО «Стратегия успеха» и др.).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения: непрерывно в соответствии с календарным графиком и учебным планом.

Общая трудоемкость практики составляет 9 з.е., 324 ч.

Продолжительность практики составляет: 6 нед.

### **ФТД.01 «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании**

Факультативная дисциплина.

Третий семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Техноэволюция социальных платформ: от «электронных шкафов» (мэйнфреймов) к коллективному разуму социальных медиа.

Тема 2. Web 2.0. Новые пользователи и новые виртуальные активности.

Тема 3. Виртуальная самопрезентация и сетевой этикет (нетикет).

Тема 4. Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций.

Тема 5. Блогинг как новый инструмент репутационного менеджмента.

Тема 6. Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы.

Тема 7. Организация специальных событий через социальные сети.

Тема 8. Бизнес-сети, хедхантинг и поиск работы в социальных сетях.

Тема 9. Социальные сервисы электронного образования.

### **ФТД.02 Основы SMM: тренды, аудитории, платформы**

Факультативная дисциплина.

Первый семестр, зачет

Язык реализации – русский.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

лекции: 8 ч;

практические занятия: 16 ч;

Язык реализации – русский.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

#### **Тематический план:**

Тема 1. Викиномика как коллаборативная экономика участия.

Тема 2. Сетевые краудсорсинговые и коворкинговые платформы.

Тема 3. Планирование, реализация и проведение специальных событий в онлайн.

Тема 4. Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing).

Тема 5. Мониторинг социальных сетей.