МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ – МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебно-методической работе
РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева
Золотарев С.В.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Уровень бакалавриата

Квалификация бакалавр

Форма обучения

ОЧНАЯ

Москва 2016

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ ОПОП ВО

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления _____ (Ещин А.В..)
подпись

Начальник методического отдела УМУ _____ (Романова Н.Г.)
подпись

Декан гуманитарно-педагогического факультета_____ (Шабунина В.А.)
подпись

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ОДОБРЕНА:

Учёным советом гуманитарно-педагогического факультета, протокол № ___ от ___.___ 201__г.

Учёный секретарь совета _____ (ФИО)
подпись

Учебно-методической комиссией факультета

Председатель УМК ……_____Ерёмин В.И.
подпись

РАЗРАБОТАНА:

Заведующий выпускающей кафедрой _____ Бугаева И.В.
подпись

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ 4
1.1 Основная профессиональная образовательная программа ВО 4
1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профмиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)…… 4
1.3 Общая характеристика ОПОП ВО 5
1.3.1 Цель ОПОП ВО 5
1.3.2 Сроки освоения ОПОП ВО 5
1.3.3 Трудоёмкость ОПОП ВО 5
1.3.4 Структура ОПОП ВО 5
1.4 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП ВО 7
1.5 Основные пользователи ОПОП ВО 7
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 8
2.1 Область профессиональной деятельности выпускника 8
2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника 8
2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника 8
2.4 Задачи профессиональной деятельности выпускника 8
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА …… 9
4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО 17
4.1 Годовой календарный учебный график 18
4.2 Учебный план 18
4.3 Рабочие программы учебных дисциплин (курсов, предметов, модулей) 18
4.4 Рабочие программы практик, программы научно-исследовательской работы обучающихся 19
4.4.1 Программы учебных практик 20
4.4.2 Программа производственной практики 21
4.4.3 Программа научно-исследовательской работы 23
5. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА 23
5.1 Кадровое обеспечение 23
5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение 24
5.3 Материально-техническое обеспечение ОПОП 26
5.4 Характеристика воспитательной работы 27
6. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОПОП ВО 29
6.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации 30
6.2 Итоговая государственная аттестация 30
7. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ 31
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 31

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Основная профессиональная образовательная программа ВО

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) бакалавриата, реализуемая федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования ВО «Российским государственным аграрным университетом – МСХА имени К.А. Тимирязева» (далее – университет) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» представляет собой систему документов, разработанную и утверждённую университетом с учётом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

ОПОП ВО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы всех видов практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Год начала подготовки 2016.

1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Нормативные документы для разработки ОПОП ВО:

- Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» (от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ);
- Приказ Минобрнауки России «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (от 05.04.2017 г. № 301).
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016 г. № 997 и зарегистрированного в Минюсте РФ «25» августа 2016 г. № 43414.
- Устав ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева.
- Правила внутреннего распорядка Университета.
- Положения и локальные акты ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева в части, касающейся образовательной деятельности.

1.3 Общая характеристика ОПОП ВО

1.3.1 Цель ОПОП ВО

ОПОП бакалавриата имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Миссия ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль подготовки – «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» состоит в том, чтобы на основе компетентностного подхода обеспечить подготовку бакалавров к успешной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в интересах информационно-коммуникативного обеспечения деятельности предприятий АПК, а также для успешного продолжения профессионального образования в магистратуре.

Список направленностей (профилей) ОПОП ВО

Направленности (профили):
«Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

1.3.2 Сроки освоения ОПОП ВО

Срок освоения программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» составляет 4 (четыре) года при очной форме обучения.

1.3.3 Трудоёмкость ОПОП ВО

Зачётных единиц – всего с факультативами	**240** 244
в т.ч. теоретическое обучение	**195**
Дисциплин, шт.	80
в т.ч. факультативных, шт.	2
Курсовых работ и проектов, шт.	9
Экзаменов, шт.	33
Зачётов, шт.	47
Практика и НИР – всего, зач. ед. (недель)	**36** (24 недели)
Государственная итоговая аттестация, зач. ед. (недель)	**9** (6 недель)

1.3.4 Структура ОПОП ВО

Программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» 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 объёме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утверждаемом Министерством образования и науки Российской Федерации.

Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности программы, которую он осваивает.

Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой части программы определён в объеме, установленном ФГОС ВО по данному направлению подготовки, с учетом соответствующей примерной основной образовательной программы.

Дисциплины (модули) по философии, истории, иностранному языку, безопасности жизнедеятельности реализуются в рамках базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в рамках: базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы в объеме не менее 72 академических часов (2 зачетные единицы) в очной форме обучения; элективных дисциплин (модулей) в объеме не менее 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в зачетные единицы не переводятся.

Реализация дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту для обучающихся по заочной и очно-заочной формам, и для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определена локальными нормативными актами Университета.

Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части программы, и практики определяют направленность программы. Набор дисциплин (модулей), относящихся к вариативной части программы, и практик организация определен в объеме, установленном ФГОС ВО по направлению подготовки по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)». После выбора обучающимся направленности (профиля) программы, набор соответствующих дисциплин (модулей) и практик становится обязательным для освоения обучающимся.

При разработке программы обучающимся обеспечивается возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору, в том числе специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, в объеме не менее 70 процентов вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» и составляет 70 процентов.

Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)», составляет 36,5 процентов от общего коли-

чества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию данного Блока (что соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» – не более 37 процентов).

1.4 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП ВО

Для освоения ОПОП ВО подготовки бакалавра абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании и в соответствии с правилами приема в высшее учебное заведение сдать необходимые вступительные испытания и/или предоставить сертификат о сдаче Единого государственного экзамена (ЕГЭ). Правила приема ежегодно утверждаются ректором университета. Список вступительных испытаний и необходимых документов определяется Правилами приёма в университет.

1.5 Основные пользователи ОПОП ВО

- профессорско-преподавательские коллективы высших учебных заведений, ответственные за качественную разработку, эффективную реализацию и обновление ОПОП с учётом достижений науки, техники и социальной сферы по данному направлению и уровню подготовки;
- студенты, ответственные за эффективную реализацию своей учебной деятельности по освоению ОПОП вуза по данному направлению подготовки;
- ректор учебного заведения и проректоры, отвечающие в пределах своей компетенции за качество подготовки выпускников;
- объединения специалистов и работодателей в соответствующей сфере профессиональной деятельности;
- организации, обеспечивающие разработку примерных ОПОП по поручению уполномоченного федерального органа исполнительной власти;
- органы, обеспечивающие финансирование высшего профессионального образования;
- уполномоченные государственные органы исполнительной власти, осуществляющие аттестацию, аккредитацию и контроль качества в сфере высшего профессионального образования;
- уполномоченные государственные органы исполнительной власти, обеспечивающие контроль над соблюдением законодательства в системе высшего профессионального образования.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1 Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» включает:

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

2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» являются государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника

Основными видами профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»:

- Организационно-управленческая;
- Проектная;
- Коммуникационная;
- Рекламно-информационная;
- Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

2.4 Задачи профессиональной деятельности выпускника

Выпускник, освоивший программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» в соответствии с вышеуказанным (указанными) видом (видами) профессиональной деятельности, подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

1.Организационно-управленческая:

– участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

– осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;

– проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;

– оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

2. Проектная:

– участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

– подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

3.Коммуникационная:

– участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций,

– создании благоприятного психологического климата в коллективе,

– мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации;

– осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

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

– участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

4. Рекламно-информационная:

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

5. Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

– участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

– участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;

– проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;

– подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;
– сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
– составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
– написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

В результате освоения программы у выпускника формируются общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

- способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
  знать: предмет и базовые понятия философии и логики; роль философии в познании, связь логики с формированием мировоззрения
  уметь: выявлять логические формы понятий, суждений, умозаключений; применять логические принципы, приемы и технологии при анализе документов, текстов и материалов СМИ
  владеть: культурой логического мышления и теоретическими основами аргументирования;
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
  знать: знать периоды истории журналистики, влияние общественных процессов на ее развитие, взаимоотношение СМИ и власти, основные направления в журналистике, историю важнейших СМИ и биографии крупнейших деятелей в области массовой информации;
  владеть: использовать знание исторических процессов и фактов в целях лучшей организации своей профессиональной деятельности;
  уметь: методикой сравнительно-исторического анализа и умением применять его в отношении средств массовой информации;
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
  знать: основные законы в экономике, понимать причинно-следственные связи в экономике;
  закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне;
  владеть: определять, находить, оценивать параметры, характеристики, используя методы математической статистики;
  уметь: классифицировать факты, явления, объекты, методы, самостоятельно формулируя основания для классификации, ставить задачи и выдвигать гипотезы,

выявлять статистические закономерности и зависимости, которые позволят социологу сделать определенные обобщения и выводы,
прогнозировать, моделировать развитие событий, ситуаций, изменение состояния системы и элементов;

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
  знать: основы действующего законодательства РФ;
  уметь: пользоваться на практике различными нормативно-правовыми актами, понимать их содержание и давать правильное толкование смыслу содержащихся в них норм;
  владеть: навыками анализа норм права и из использования в профессиональной деятельности;
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
  знать: основы коммуникации в устной и письменной формах; основы и правила межличностного и межкультурного взаимодействия;
  уметь: целесообразно и эффективно использовать языковые средства в различных коммуникативных ситуациях;
  владеть: необходимыми коммуникативными навыками, определяющими успешное и эффективное профессиональное общение.
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
  знать: теоретические основы работы в коллективе, социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
  владеть: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
  уметь: умениями и навыками работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
  знать: содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;
  уметь: планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности;
  владеть: технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

знать: основные средства и методы физической культуры и здорового образа жизни;

уметь: подбирать и применять методы и средства физической культуры для совершенствования основных физических качеств;

владеть: методами и средствами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

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

  знать: Структуру и функции рекламного и ПР-отдела, должностные инструкции ПР-специалистов. Основные инструменты ПР. Особенности деятельности ПР-служб в разных сферах;

  владеть: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в пресс-службах и отделах ПР организации;

  уметь: Навыками осуществлять профессиональную деятельность в должности ПР-менеджера, event-менеджера, пресс-секретаря, рекламного менеджера, копирайтера и т.д.
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

  знать: нормативно-правовые акты в сфере рекламы и связей с общественностью;

  уметь: применять на практике профильные нормативно-правовые акты;

  владеть: компетенциями в сфере нормативно-правового обеспечения рекламы и связей с общественностью;
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

  знать: жанровую систему продукции печатных, радио-, теле- и электронных средств массовой информации; технические параметры СМИ и способов печати;

  уметь: определять цели создания сообщений в печатных, радио-, теле- и электронных средств массовой информации, поднимаемые в них проблемы, выдвигаемые идеи, применяемые средства воздействия на адресата; применять знание технических параметров СМИ и способов печати при работе со средствами массовой информации;

  владеть: основами комплексного анализа (творческого разбора) произведений журналистского творчества; навыками определения и выбора технических параметров СМИ и способов печати;
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

  знать: принципы работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;

уметь: работать в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;

владеть: навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;

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

  знать: правила организации, проведения и расчета бюджета PR-кампании, оформления отчётных документов;

  уметь: разрабатывать базовые модели рекламных и PR-кампаний, стратегии кампаний;

  владеть: подготовки, проведения и оформления отчетности рекламных и PR-кампаний;
- 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);

  знать: методы и технологии работы в сфере связей с общественностью и рекламы; основные методы защиты информации в сетях от компьютерных вирусов; криптографические средства;

  уметь: применять современные информационные технологии для решения конкретных задач в профессиональной деятельности;

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

  знать: принципы работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;

  уметь: организовывать деятельность рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;

  владеть: навыками работы в рекламных службах и службах по связям с общественностью фирм организаций, оперативного планирования и опе-

ративного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
  знать: этапы подготовить и планирования медиа-мероприятий при организации деятельности фирмы;
  уметь: разрабатывать медиплан при организации деятельности фирмы;
  владеть: навыками подготовки, планирования и проведения мероприятий в сфере медиарелейшнз;
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
  знать: теоретические основы организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
  уметь: работать с малыми коллективами;
  владеть: умениями и навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
  знать: принципы проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечения средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;
  уметь: осуществлять проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;
  владеть: компетенциями в области проектирования рекламы и связей с общественностью организации, обеспечения средств и методов реализации проектов, участия в организации работы проектных команд;
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
  знать: структуру проектной деятельности и обеспечивающие проектную деятельность документы;
  уметь: составлять проектную т отчётную документацию, оформлять сопровождающие документы разных жанров;
  владеть: навыками составления и оформления проектной и отчетной документации;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
  знать: основные положения медиаэкономики и маркетинга СМИ; принципы организации и функционирования СМИ как предприятия;
  уметь: применять основные положения медиаэкономики и маркетинга СМИ, использовать знание принципов организации и функционирования СМИ как предприятия для решения вопросов работы по обеспечению связей с общественностью;

владеть: способами оптимизации работы со СМИ как с предприятием, задачи и место отделов по связям с общественостью в структуре СМИ.

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
  знать: номенклатуру и основные положения документов, содержащих нормы, регулирующие функционирование СМИ, журналистскую деятельность; Законы РФ направленные на обеспечение информационной безопасности российского общества, способы манипулирования общественным мнением при помощи СМИ, проблемы взаимоотношения СМИ и власти; принципы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы и организации.
  уметь: осуществлять оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы и организации; применять нормы, регулирующие функционирование СМИ, журналистскую деятельность, знание законов РФ, направленных на обеспечение информационной безопасности российского общества, знание способов манипулирования общественным мнением при помощи СМИ, знание проблемы взаимоотношения СМИ и власти для решения вопросов, возникающих в работе по обеспечению связей с общественностью.
  владеть: базовой юридической терминологией, касающейся СМИ и журналистской деятельности; навыками анализа информационных материалов с точки зрения обеспечения информационной безопасности общества; навыками организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы и организации.
- 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);
  знать: инновационные технологии в PR (сторителлинг, ньюсдженкинг, инфографика, Big Data) и в рекламе (Light-in-Print, Video-in-print, Touch-in-Print, 3D Effect, Taste-in-Print, Instore, Outdoor и т.д.).
  уметь: Определять эффективный вид рекламы для каждого товара и кампании; писать слоганы и рекламные обращения;
  владеть: Навыками разработки и проведения рекламной кампании, подготовки презентационных материалов, навыками копирайтинга;
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
  знать: методику и технику проведения маркетинговых исследований рынка, требования к целевой аудитории, правила составления опросников и анкет;
  уметь: уметь выявлять проблемы и определять цели маркетинговых исследований, устанавливать объекты исследований, разрабатывать концепции исследований, собирать материал, анализировать его и давать оценку;
  владеть: навыками разработки и проведения маркетинговых исследований, построения выборки в связях с общественностью;

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
  знать: понятия, определения, термины математической статистики в социологии; основные статистические методы и приемы обработки и анализа данных; возможность и целесообразность использования выборочного наблюдения и алгоритмов проверки гипотез;
  уметь: применять на практике основные статистические методы обработки данных;
  принимать решение о спецификации и идентификации модели, выбирать методы оценки параметров, находить их и оценивать достоверность полученных результатов;
  владеть: обобщать, интерпретировать полученные результаты, формулировать выводы и осуществлять статистический прогноз;
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
  знать: теоретические основы составления аналитических справок, обзоров, прогнозов
  уметь: составлять различные виды PR-текстов, в том числе аналитические справки, обзоры, прогнозы и пр.
  владеть: навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
  знать: теоретические основы осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
  уметь: осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
  владеть: умениями и навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой;
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
  знать: инновационные технологии в рекламе, специфику работы с заказчиком;
  уметь: использовать инновационные технологии в рекламе, осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
  владеть: навыками организации и проведения рекламных кампаний и подготовки отчетной документации;
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
  знать: теоретические и прикладные основы рекламно-информационной деятельности;

уметь: организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

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

  знать: основные инструменты масс-медиа, базовые ПР-документы; формы подачи новостных материалов и организацию ПР-мероприятий; приемы конструирования новостной информации; методы воздействия на потребителя; особенности использования информации во время кризиса; понятие фасилитации;

  уметь: создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации;

  - осуществлять работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

  владеть: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

  знать: основы подготовки к выпуску, технологию производства и различные каналы и способы распространения рекламной продукции;

  уметь: осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

  владеть: навыками разработки рекламных материалов разного вида сложности на разных носителях.

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОПОП регламентируется учебным планом подготовки бакалавра с учётом его направленности (профиля); рабочими программами учебных дисциплин (курсов, предметов, модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся;

программами учебных и производственных практик; программой государственной итоговой аттестации; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает локальный доступ к вышеуказанным документам.

4.1 Годовой календарный учебный график

В календарном учебном графике указана последовательность реализации ОПОП ВО по годам, включая теоретическое обучение, практику, каникулы, промежуточную и итоговую аттестацию. График представлен в приложении А.

4.2 Учебный план

В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний итоговой (государственной итоговой) аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее вместе – виды учебной деятельности) с указанием их объёма в зачётных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (контактная работа обучающихся с преподавателем) (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения циклов дисциплин (модулей, практик) базовой части, обеспечивающая формирование компетенций, их трудоёмкость в зачётных единицах, соотношение аудиторной и самостоятельной работы, форм аттестации. Учебный план представлен в приложении А.

4.3 Рабочие программы учебных дисциплин (курсов, предметов, модулей)

Рабочая программа учебной дисциплины (курсов, предметов, модулей) включает в себя:

наименование дисциплины;

цели освоения дисциплины, соотнесенные с общими целями ОПОП ВО;

перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;

указание места дисциплины в структуре образовательной программы;

объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;

содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;

перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине;

фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;

перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины;

перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины;

методические указания для обучающихся по освоению дисциплины;

перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);

описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине;

иные сведения и (или) материалы.

Рабочие программы дисциплин прилагаются к ОПОП ВО.

4.4 Программы практик, программы научно-исследовательской работы обучающихся

В соответствии с ФГОС ВО подготовки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» Блок 2 «Практики» включает следующие виды практик: учебная практика по получению первичных профессиональных умений, навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности; учебная практика по «Основам интегрированных коммуникаций»; производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; практика по научно-исследовательской работе; и производственная практика.

Практика – вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессиональную подготовку обучающихся; закрепляет знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывает практические навыки и способствует комплексному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускников.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Учебная и (или) производственная практики могут проводиться в структурных подразделениях Университета.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности.

Программы практики и НИР включают в себя:

указание вида, типа практики, способа и формы (форм) её проведения;

перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;

указание места практики в структуре образовательной программы;

указание объёма практики в зачётных единицах и её продолжительности в неделях либо в академических часах;

содержание практики;

указание форм отчётности по практике;

фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;

перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики;

перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);

описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики;

иные сведения и (или) материалы.

4.4.1 Программы учебных практик

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений, навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности; является составной частью учебных программ подготовки студентов. Практика – это вид учебной работы, основным содержанием которой является выполнение практических учебных, учебно-исследовательских, научно-исследовательских, творческих заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Практика направлена на приобретение студентами умений и навыков по направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)». Объёмы практики определяются учебным планом, составленным в соответствии с государственным стандартом высшего образования.

Трудоёмкость учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской работы (далее – учебной практики) составляет 6 зачётных единиц. Форма контроля – зачёт в 2 семестре.

Учебная практика по «Основам интегрированных коммуникаций» предполагает общее знакомство студента с избранной профессией. Она может включать в себя ознакомительные экскурсии на предприятия (в организации), непосредственную работу в соответствующих организациях под контролем руководителей практики. По ходу практики возможно выполнение коллективом студентов группового проекта (выпуск учебной газеты, подготовка буклета, оригинальных PR-акций или кампаний, мониторинг СМИ, работа в социальных сетях и т.п.).

Трудоёмкость учебной практики «Основы интегрированных коммуникаций» составляет 6 зачётных единиц. Форма контроля – зачёт в 4 семестре.

Место прохождения учебных практик определяется заключенными договорами с базами практик.

Программы разрабатываются в соответствии с Положением о практике обучающихся, реализуемой в рамках основной профессиональной образовательной программы высшего образования по ФГОС ВО в РГАУ-МСХА.

Программы учебных практик прилагаются к ОПОП ВО.

4.4.2 Программа производственной практики

Программа производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности содержит формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)», направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Трудоёмкость производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности составляет 12 зачётных единиц. Форма контроля – диф. зачёт с выставлением оценки в 6 и 7 семестрах.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на закрепление и углубление знаний студентов об их будущей профессии, развитие полученных ранее навыков работы по специальности. Цель производственной практики состоит в применении теоретических знаний студентов, в приобретении опыта самостоятельной работы по избранной специальности.

В ходе практики студенты приобретают умения и навыки по следующим направлениям профессиональной деятельности:

- определяют место организации в социальной, информационной и маркетинговой среде;
- приобретают опыт анализа рекламно-информационной среды, взаимодействия с заказчиками и/или производителями рекламного продукта, работы со СМИ, а также навыки в подготовке и распространении документации, сопровождающей рекламную деятельность;
- приобретают навыки в разработке творческих идей, рекламного продукта, маркетинговых, рекламных стратегий, формирования имиджа организации и персоны;
- организовывают план мероприятий, рассчитывают необходимые ресурсы для проведения мероприятий, анализируют целевые аудитории для реализации рекламных и PR-кампаний;
- совершенствуются в организации и проведении специальных мероприятий;
- совершенствуются в проведении мониторинга СМИ и социологических исследований;

- разрабатывают сайты и занимаются их продвижением.

РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева заключил договоры на прохождение практики студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» со следующими организациями:

№	Организация	Договор
1	ЗАО «Крестьянские ведомости медиа-группа»	№ 30 от 17 сентября 2017 года
2	ООО ИД Айоланта	№ 12/01 от 18 дек. 2017
3	ООО «Опора России»	№ 187 от 01.10.2017
4	ФГУП МИА «Россия сегодня»	От 05.12.2016
5	Министерство сельского хозяйства Ставропольского края	от 30.08.2016
6	Пресс-служба Минсельхоза РФ	30.05.2016
7	ОАО «Телеканал Петербург»	от 30 авг. 2016
8	Ассоциация коммуникационных агентств (АКАР)	от 01.09. 2016
9	ФГУП ТТУ «Останкино»	от 27.06. 2016

В программе представлено содержание производственной практики, которое включает сбор информации об объекте изучения.

Практика завершается подготовкой и защитой отчета по практике с обязательным представлением дневника практики.

Преддипломная практика является обязательной составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования подготовки бакалавров рекламы и связей с общественностью по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и проводится в соответствии с утвержденным рабочим учебным планом и календарным учебным графиком в целях приобретения студентами навыков профессиональной работы, углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения. В ходе прохождения данной практики бакалавры должны продемонстрировать знания методов планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний; методов анализа эффективности рекламной и PR-кампании; специфику проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, а также оформления полученных результатов в выпускную квалификационную работу.

Трудоёмкость преддипломной практики составляет 3 зачётные единицы. Форма контроля – диф. зачёт с выставлением оценки в 8 семестре. На зачёте каждый бакалавр обязан представить отзыв-характеристику с места практики, дневник практики, отчет о прохождении практики и выполнении плана практики.

Место прохождения преддипломной практики определяется с учетом пожеланий, профессиональных интересов, возможностей бакалавров и может быть рекомендовано деканатом, выпускающей кафедрой или самостоятельно выбрано студентом.

Программы практик разработаны в соответствии с Положением о практике обучающихся, реализуемой в рамках образовательных программ высшего профессионального образования по ФГОС ВО в РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева.

Программы производственных практик прилагаются к ОПОП ВО.

4.4.3 Программа научно-исследовательской работы

В программе НИР указаны этапы НИР, в которых обучающийся должен принимать участие:

- изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию, достижения отечественной и зарубежной науки и техники и технологии в соответствующей области знаний;
- участвовать в проведении научных исследований или выполнении различных разработок;
- осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научной информации по теме (заданию);
- принимать участие в апробации исследований, методик, испытаний опытных образцов, программных продуктов и прочее;
- составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);
- выступать с докладом на конференции и т.д.

В соответствии с образовательным стандартом НИР обучающихся является обязательным разделом ОПОП ВО и направлена на формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и целями данной программы.

Программа научно-исследовательской работы студентов прилагаются к ОПОП ВО.

5. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата включают в себя требования к кадровому, учебно-методическому и информационному обеспечению, материально-технической базе, воспитательной среде, к обеспечению образовательного процесса социально-бытовыми условиями.

5.1. Кадровое обеспечение

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 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный № 20237).

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет не менее 90 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее направленности преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу составляет не менее 80 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) учёное звание (в том числе учёное звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу составляет не менее 80 процентов.

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

Характеристика педагогических кадров, привлекаемых к обучению студентов представлена в приложении Б – «Сведения о педагогических работниках по ОПОП ВО».

5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение

Реализация ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» обеспечена необходимыми учебно-методическими и информационными ресурсами.

В Университете действует Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова (далее – Библиотека). Общая площадь помещений библиотеки – 13 290 кв.м, в том числе актовый зал на 400 посадочных мест. Действуют всего 9 читальных залов, организованных по принципу открытого доступа и оснащенных Wi-Fi, Интернет-доступом, в том числе 5 компьютеризированных читальных залов на 865 посадочных мест.

Библиотека оснащена современной автоматизированной библиотечно-информационной системой АБИС "ИРБИС-64", АБИС «Absotheque», АБИС

«МАРК–21». Автоматизированы все основные библиотечно-информационные процессы.

Реализация образовательной программы обеспечивается свободным доступом каждого студента к следующим ресурсам:

– Интернет-ресурсы,

– современные информационные материалы и актуализированные базы данных по направленности подготовки;

– обмен информацией с отечественными и зарубежными ВУЗами, научными учреждениями с помощью электронной почты и других средств, включая обмен информацией с учебно-научными и иными подразделениями вуза, партнёрских ВУЗов, НИИ;

– электронные каталоги и библиотечный фонд учебно-методических и научных материалов библиотеки вуза и других библиотек и библиотечных фондов.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Книжный фонд и электронные информационные ресурсы Библиотеки формируются в соответствии с Примерным положением о формировании фондов библиотеки высшего учебного заведения, утвержденным приказом Минобразования России от 27.04.2000 г. № 1246, а также приказом Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки от 5 сентября 2011 г. № 1953 «Об утверждении лицензионных нормативов к наличию у лицензиата учебной, учебно-методической литературы и иных библиотечно-информационных ресурсов и средств обеспечения образовательного процесса по реализуемым в соответствии с лицензией на осуществление образовательной деятельности образовательным программам высшего образования».

Объём фонда основной и дополнительной учебной литературы по данной ОПОП соответствуют Минимальным нормативам обеспеченности ВУЗов библиотечно-информационными ресурсами.

Общий фонд университетской библиотеки составляет 4 143 894 единиц хранения (табл. 2).

Таблица 2

Общий фонд университетской библиотеки

№ п/п	Наименование показателей	Кол-во
1	Фонд (всего), единиц хранения, в т.ч.:	4 143 894
1.1	научная литература	1 581 427
1.2	периодические издания	570 307
1.3	учебная литература	1 486 444
1.4	художественная литература	120 850
1.5	редкая книга	47 410
1.6	обменный фонд	28 211
1.7	мультимедийные издания	2 186

2	Электронные ресурсы (БД)	3,0 гигабайта
3	Кол-во удаленных регистрированных пользователей	62 261
4	Количество документовыдач	1 039 017

В Библиотеке действует подписка на внешние базы данных:

ЭБС «Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» – межотраслевая электронная библиотека на базе технологии Контекстум (всего произведений **189 432)**.

Доступны: Базовый массив – 39 728, Электронная библиотека авторефератов и диссертаций РГАУ-МСХА – 24 627.

Кроме того, оформлены договоры о доступе к базам данных учебных изданий:

- База данных ScienceDirekt – 12,6 млн. научных статей;
- издательство "Колос" – 148;
- Флинта. Экономика – 125;
- Лань – 499;
- Polpred.com.Обзор СМИ;
- БД МАРС (архив 2001-2014г.г.).

Электронные ресурсы собственной генерации:

- авторефераты и диссертации – 24 747 полных текстов;
- Известия ТСХА с 1878-1903г.г., с 1987-2014г.г.;
- библиографические указатели – 77;
- редкая книга - инкунабулы, палеотипы – 10;
- библиотека учебных пособий – 22;
- монографии и статьи –14;
- мемуары и летописи – 8.

Сайт ЦНБ www.library.timacad.ru.

Библиотечный фонд содержит необходимую учебно-методическую литературу по направлению по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)», соответственно установленным квалификационным требованиям, предъявляемым к образовательной деятельности. Фактическое учебно-методическое, информационное обеспечение учебного процесса представлено в приложении В – «Сведения об учебно-методическом и информационном обеспечении образовательного процесса по ОПОП ВО».

Уровень обеспечения учебно-методической литературой по направлению по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» составляет более 0,5 экземпляра на одного студента.

5.3 Материально-техническое обеспечение ОПОП

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечиваю-

щей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

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 программы, включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности.

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

Образовательный процесс обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, ежегодно обновляется.

Характеристика материально-технического обеспечения учебного процесса представлена в приложении Г – «Сведения об обеспеченности образовательного процесса специализированными лабораториями».

5.4 Характеристика воспитательной работы

Воспитательная работа, в Университете, является – важной составляющей всего образовательного процесса, осуществляемого непрерывно в учебное и внеучебное время.

Основными направлениями воспитательной работы в РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева являются:

– проведение культурно-массовых, физкультурно-спортивных, научно-просветительных мероприятий, организация досуга студентов;

– организация гражданского и патриотического воспитания студентов;

– организация работы по профилактике правонарушений, наркомании и ВИЧ-инфекции среди студентов;

– изучение проблем студенчества и организация психологической поддержки;

– содействие работе студенческим общественным организациям, клубам и объединениям;

– работа в общежитиях;

– создание системы морального и материального стимулирования преподавателей и студентов, активно участвующих в организации воспитательной работы;

– информационное обеспечение студентов, поддержка и развитие студенческих средств массовой информации.

Внеучебную деятельность в Университете курирует проректор по воспитательной работе.

В РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева действует Управление по воспитательной работе, которое осуществляет свою деятельность на основании Положения РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, утвержденного ректором Университета. Организацию воспитательной работы с обучающимися на факультетах обеспечивают деканы и заместители деканов по воспитательной работе; на кафедрах – кураторы студенческих групп.

Управление по воспитательной работе организует культурно-массовые и спортивно-массовые мероприятия, а также координирует работу Дома культуры, Музея истории МСХА, центральной научной библиотеки, Совета ветеранов. Также курирует работу общественных объединений ВУЗа, а именно Студенческий совет Университета, студенческие отряды Тимирязевки «СОТ», волонтерский центр, студенческий спортивный клуб «Тимирязевские зубры», студенческий бытовой совет по работе в общежитии, совет по профилактике нарушений и искоренению вредных привычек и др.

Управление по воспитательной работе организует мероприятия на основании ежегодного плана на проведение культурно-массовой и оздоровительной работы со студентами.

Важное место в воспитательной работе уделяется пропаганде и внедрению физической культуры и здорового образа жизни, проводимой с участием факультетов и кафедры физического воспитания. Студенты имеют возможность заниматься легкой атлетикой, плаванием, волейболом, баскетболом, футболом, мини-футболом, настольным теннисом, мини-гольфом, бадминтоном, пауэрлифтингом, армспортом, вольной и греко-римской борьбой, самбо, дзюдо, универсальным боем, лыжными гонками, спортивным ориентированием, дартс, шахматами, шашками, подводным плаванием, аэробикой, атлетической гимнастикой, каланетик, стрейтчинг, бодифлекс, пилатес в рамках факультативного курса «Физическая культура» (курс спортивного совершенствования).

В Университете разработана и реализуются целевые программы развития «Здоровье», «Культура», «Гражданско-патриотическое воспитание», создан совет по профилактике правонарушений; организован Клуб по интересам «Молодая семья». Организовываются лекции, беседы с врачами, работниками центров по профилактике асоциальных явлений (наркомании, ВИЧ-инфекции, табакокурения и т.д.) в молодежной среде.

В университете существует студенческий бытовой совет в общежитиях, которой состоит из председатель студенческого бытового совета, представителей курсов и старост этажей. Студенческий бытовой Совет и Профсоюзный комитет осуществляет проведение работ направленных на повышение культуры быта в общежитии (бережное отношение к предоставленному имуществу студентам от Университета проживающих в общежитии, поддержание студенче-

ских инициатив, стимулирование личной ответственности студента за положение дел в общежитии), рассмотрением вопросов нарушения правил проживания в общежитиях студентами.

Функции социальной защиты студенческой молодежи, организации их досуга, отдыха и оздоровления, выражение интересов студенческой молодежи в среде общественности, участие в организации и управлении учебно-воспитательном процессом в учебном заведении и т.д. приоритетно выполняет Профсоюзная организация студентов.

Необходимые условия совершенствования вузовского воспитания является интеграция воспитательной и научной работы. Особое место в деятельности кафедр, деканатов отводится работе по привлечению к научным исследованиям талантливых и способных студентов. Научная работа не только поднимает творческий потенциал, но и создает особую рабочую обстановку в коллективе.

Под руководством совета молодых ученых и студентов ежегодно проводятся международные, региональные, вузовские конференции, выставки творчества, олимпиады и конкурсы, в которых студенты Университета активно участвуют и награждаются медалями, дипломами и грамотами.

Система поощрения студентов за успешное освоение дисциплин учебного плана дополняется поощрением по итогам научно-исследовательской работы в форме участия в студенческих научных конференциях, публикаций докладов в трудах РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева и другими способами.

Студенты, активно участвующие в спортивной, культурной и общественной жизни факультета, по итогам работы за год премируются. Отлично успевающие студенты получают повышенную стипендию и принимают участие в конкурсах на получение стипендий Президента РФ, Правительства РФ, Мэрии г. Москвы, именных стипендий.

6. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОПОП ВО

В соответствии с ФГОС ВО бакалавров по ОПОП ВО 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» оценка качества освоения обучающимися ОПОП включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП бакалавриата осуществляется в соответствии и Положениями о текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Для текущей, промежуточной аттестации обучающихся и для итоговой (государственной итоговой) аттестации разработаны оценочные средства в виде фондов оценочных средств.

6.1 Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП ВО вуз создает фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации).

Эти фонды могут включать: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, контрольные работы, вопросы к зачетам и экзаменам; тесты и кейсы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике включает в себя:

перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

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

типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;

методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике определены показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

Фонды оценочных средств по дисциплинам и практикам прилагаются к рабочим программам дисциплин и практик.

6.2 Итоговая государственная аттестация

В соответствии с ФГОС ВО подготовки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направленности подготовки «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» и решением Учёного совета Университета Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» включает подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена, а также защиту выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Выпускающей кафедрой разработана программа государственной итоговой аттестации и фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации (прилагаются к ОПОП ВО).

Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации включает в себя:

перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения основной профессиональной образовательной программы;

описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;

типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения основной профессиональной образовательной программы;

методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

7. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Основной задачей развития системы менеджмента качества университета являются мониторинг и периодического рецензирования образовательной программы; обеспечение компетентности преподавательского состава; регулярное проведение самообследования по согласованным критериям для оценки деятельности; система внешней оценки качества реализации ОПОП ВО (учёт и анализ мнений работодателей, выпускников вуза и других субъектов образовательного процесса, отчеты председателей государственных аттестационных комиссий, анализ результатов прохождения кафедрой процедуры государственной аккредитации).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе обучения максимально используются современные технологии, обеспечивающие формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций, подачу и усвоение знаний, умений и владений на более высоком уровне, обновление содержания образовательного процесса, позволяющих обеспечить индивидуализацию обучения, повысить эффективность профессиональной деятельности будущих специалистов, самостоятельной работы и творческой активности студентов.

В процессе обучения максимально используются:

- дискуссионные процедуры;
- анализ и решение конкретных ситуаций (case-study; разбор деловой корреспонденции; анализ кризисных ситуаций; классические ситуации);
- выполнение письменных работ (разделы в рефератах, курсовых, дипломных работах);
- проблемные лекции;
- задания самостоятельную разработку рекламных и информационных проектов;
- организация самостоятельной деятельности (письменные задания, работа в Интернет, подготовка для участия в деловых играх, отчеты о практике и стажировках и пр.);

- блиц-игры по планированию карьеры;
- деловые игры;
- мониторинг СМИ,
- информационный аудит;
- стажировки с выполнением и без выполнения должностной роли;
- выполнение проектов;
- практика в реальных условиях;
- технология активизации творческой деятельности;
- алгоритмизация процессов принятия решения;
- мозговой штурм;
- фокус-группа;
- тестирование;
- лекция - визуализация и др.

РАЗРАБОТЧИК ОПОП ВО:

зав. кафедрой связей с общественностью
и речевой коммуникации, Бугаева И.В.
доктор филологических наук, доцент

Приложение А
(вложить копию утверждённого учебного плана)

Приложение Б

Сведения о педагогических работниках по ОПОП ВО «наименование направления / специальности»

№ п/п	Дисциплина в соответствии с учебным планом		Фамилия, имя, отчество	По штатному расписанию		Какое образовательное учреждение высшего образования окончил	Специальность по диплому	Ученая степень и ученое звание	Стаж научно-педагогической работы		Основное место работы	Условия привлечения к трудовой деятельности (штатный, штатный совместитель, внешний)
	Наименование	Объём, час		Должность	Доля занимаемой ставки				всего	в т.ч. педагогический		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	Философия	108	Ромашкин К.И.,	зав.кафедрой философии	1,0	МГУ им. М.В. Ломоносова	философ, преподаватель философии.	д.филос. н., доцент	40	35	РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	штатный
2.	История	108	Панасюк В.В.	доцент	1,0	исторический факультет Калужского государственного педагогического университета им. К.Э. Циолковского (КГПУ)	учитель истории специализация "правоведение	к.и.н., доцент	16	16	РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	штатный
3.	Иностранный язык	360	Потапова И.Ю.	ст.пр.	1,0	Оренбургский гос.пед.ин-т	учитель англ. и нем. Яз.		36	36	РГАУ-МСХА	шт.
4.	Русский язык и культура речи	108	Мазанько И.Ф.	доцент	1,0	Филологический факультет Казахского государственного университета им. С.М. Кирова	учитель русского языка и литературы	к.филол. н., доцент	42	42	РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	штатный
5.	Культурология	72	Котусов Д.В.	доцент	1,0	МГУ им. М.В. Ломоносова,	квалификация – философ, преподаватель философии.	к.филос. н., доцент	3	3	РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	штатный
6.	Психология	108	Гильяно Аль-	Доцент	1,0	ПГПИ им. В.Г. Бе-	Учитель мате-	Канди-	24	24	ФГБОУ ВО	штатный

			бина Сергеевна			линского	матики и ВТ, практический психолог	дат психологических наук			РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	
7.	Социология	108	Ромашкин К.И.,	зав.кафедрой философии	1,0	МГУ им. М.В. Ломоносова	философ, преподаватель философии.	д.филос. н., доцент	40	35	РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	штатный
8.	Экономика	108	Хамидова Лиза Лечаевна	Доцент							РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	штатный
9.	Математика и статистика	180	Неискашова Елена Валентиновна	Зав. кафедрой высшей математики	1	Московский государственный педагогический университет	математика	к.пед.н., доцент	26	26	РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	штатный
10.	Компьютерные технологии и информатика	180	Лемешко Т.Б.	Доцент	1,0	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Педагог профессионального обучения	-	18	18	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Штатный
11.	Безопасность жизнедеятельности	72	Панов В.Б.	Доцент	1	МИСП имени В.П. Горячкина	Инженер механик с.-х. производства		51	43	РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева	штатный
12.	Основы теории коммуникации	180	Алтабаева Е.В.	профессор	0,25	Мичуринский государственный педагогический институт	Учитель русского языка и литературы	Д.филол.н., профессор	36	33	РГАУ-МСХА	Шт.
1	Социология массовых коммуникаций	*216*	Алтабаева Е.В.	профессор	0,25	Мичуринский государственный педагогический институт	Учитель русского языка и литературы	Д.филол.н., профессор	36	33	РГАУ-МСХА	Шт.
2	Психология массовых коммуникаций	*180*	Данилов В.А.	доцент	1,0	Военно-политическую академию им. В.И.Ленина		К.пед.н., доцент	24	24	РГАУ-МСХА	Шт.
3	Теория и практика массовой информации	*216*	Морозов В.Э.	профессор	0,5	МГУ им. М.В.Ломоносова	преподаватель русского языка и литературы	Д.филол.н., профессор	34	29	РГАУ-МСХА	Шт.
13.	Основы интегрированных коммуникаций: основы связей с общественностью	216	Бугаева И.В.	Зав.кафедрой связей с общественностью и рече-	1,0	Ленинградский государственный университет	Филолог-русист, преподаватель русского языка и	Доктор филол.н., доцент	36	36	РГАУ-МСХА	Шт.

				вой коммуникации			литературы					
14.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и практика рекламы	216	Девлетов О.У.	Доцент	0,9	МГУ им. М.В. Ломоносова	историк	доктор-политологии	11	5	РГАУ-МСХА	Шт.
15.	Основы менеджмента	180	Ляшенко О.В.	Доцент		1.Пензенский государственный педагогический университет имени В.Г. Белинского 2.Пензенская ГСХА	1.специальность «Менеджмент» В 1999 г. 2. специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит в 2001 г.	к.э.н.			РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева	штатный
16.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	216	Гнездилова Е.В.	доцент	1,5	МГУ им. М.В. Ломоносова	журналист, редактор газеты	К.филол. н.	17	7	РГАУ-МСХА	Шт.
17.	Основы маркетинга	144	Бритик Эльвира Владимировна	доцент	1,0	Чувашская государственная сельскохозяйственная академия	Экономика и управление аграрным производством	к.э.н., доцент	18	18	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	штатный
18.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	108	Бритик Эльвира Владимировна	доцент	1,0	Чувашская государственная сельскохозяйственная академия	Экономика и управление аграрным производством	к.э.н., доцент	18	18	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	штатный
19.	Брендинг	144	Девлетов О.У.	Доцент	0,9	МГУ им. М.В. Ломоносова	историк	доктор-политологии	11	5	РГАУ-МСХА	Шт.
20.	Пресс-служба	144	Гнездилова Е.В.	доцент	1,5	МГУ им. М.В. Ломоносова	журналист, редактор газеты	К.филол. н.	17	7	РГАУ-МСХА	Шт.
21.	Технологии рекламы и связей с общественностью	144	Бугаева И.В.	Зав.кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации	1,0	Ленинградский государственный университет	Филолог-русист, преподаватель русского языка и литературы	Доктор филол.н., доцент	36	36	РГАУ-МСХА	Шт.
22.	Основы медиапланирования	144	Абакумов И.Б.	доцент	0,75	МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет	журналист	к.э.н.	39	10	РГАУ-МСХА	шт.

						журналистики						
23.	Стилистика и литературное редактирование	108	Бугаева И.В.	Зав.кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации	1,0	Ленинградский государственный университет	Филолог-русист, преподаватель русского языка и литературы	Доктор филол.н., доцент	36	36	РГАУ-МСХА	Шт.
24.	Методы социальных исследований	72	Рокотянская В.В.	доцент	1,0	Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса»	юрист	к.э.н., доцент			ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Штатный
25.	Переговорный процесс	108	Данилов В.А.	доцент	1,0	Военно-политическая академию им. В.И.Ленина		К.пед.н., доцент	24	24	РГАУ-МСХА	Шт.
26.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	108	Данилов В.А.	доцент	1,0	Военно-политическая академию им. В.И.Ленина		К.пед.н., доцент	24	24	РГАУ-МСХА	Шт.
27.	Государственное и общественное планирование рекламно-информационной деятельности	108	Абакумов И.Б.	доцент	0,75	МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики	журналист	к.э.н.	39	10	РГАУ-МСХА	шт.
28.	История и актуальные проблемы журналистики	72	Морозов В.Э.	профессор	0,5	МГУ им. М.В.Ломоносова	преподаватель русского языка и литературы	Д.филол.н., профессор	34	29	РГАУ-МСХА	Шт.
29.	Иностранный язык профессионального общения	216	*Зайцев А.А.*	доцент	1,0	Тульский государственный педагогический университет	Преподаватель французского и немецкого языков	К.ф.н., доцент	20	20	РГАУ-МСХА	шт.
30.	Работа с текстами в рекламе и СО	144	Гнездилова Е.В.	доцент	1,5	МГУ им. М.В. Ломоносова	журналист, редактор газеты	К.филол. н.	17	7	РГАУ-МСХА	Шт.
31.	Основы репутационного менеджмента	72	Девлетов О.У.	Доцент	0,9	МГУ им. М.В. Ломоносова	историк	доктор-политологии	11	5	РГАУ-МСХА	Шт.
32.	Профессиональная этика и бизнес - этикет в рекламе и СО	144	Алтабаева Е.В.	профессор	0,25	Мичуринский государственный педагогический институт	Учитель русского языка и литературы	Д.филол.н., профессор	36	33	РГАУ-МСХА	Шт.
33.	Брендинг территорий	72	Девлетов О.У.	Доцент	0,9	МГУ им. М.В. Ломоно-	историк	доктор-	11	5	РГАУ-МСХА	Шт.

						сова		полито-логии				
34.	Физическая культура и спорт	72										
35.	Иностранный язык (2)	252	Александров А.В.	доцент	1,0	Псковский пед.ун-т	преподаватель англ. и нем. Яз.	к.ф.н., доцент	20	20	РГАУ-МСХА	шт.
36.	История русской литературы	72	Гнездилова Е.В.	доцент	1,5	МГУ им. М.В. Ломоносова	журналист, редактор газеты	К.филол. н.	17	7	РГАУ-МСХА	Шт.
37.	История зарубежной литературы	72	Гнездилова Е.В.	доцент	1,5	МГУ им. М.В. Ломоносова	журналист, редактор газеты	К.филол. н.	17	7	РГАУ-МСХА	Шт.
38.	Логика и теория аргументации	72	Морозов В.Э.	профессор	0,5	МГУ им. М.В.Ломоносова	преподаватель русского языка и литературы	Д.филол.н., профессор	34	29	РГАУ-МСХА	Шт.
39.	Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в сфере рекламы и связи с общественностью	72	Махмудов А.Р.	Ст.преподаватель		Чеченский государственный университет	бухгалтер				РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева	Шт.
4	Концепция современного естествознания	72	Мамедов А.А.	доцент	1,0	МГУ им. М.В. Ломоносова		к.филос. н., доцент	22	18	РГАУ-МСХА	Шт.
40.	Элективные курсы по физической культуре и спорту	328										
41.	Основы государства и права РФ	72	Биткова Л.А.	доцент	1,0	Орловский юридический институт МВД РФ	юрист	К.ю.н., доцент	19	19	РГАУ-МСХА	шт.
	Основы социального государства	72	Еремин В.И.	Проф.	1,0	ТСХА им. К.А. Тимирязева	экономист	д.э.н.	35	35	РГАУ-МСХА	шт.
42.	Современные международные отношения	72	Моловичко	проф.	0,5	Ставропольский гос. университет	историк	д.и.н., профессор	30	30	РГАУ-МСХА	шт.
43.	Геополитика	72	Шабунина А.К.	ст.преп.	1,0	Московский гос. Пед.университет	историк, преподаватель истории		2	2	РГАУ-МСХА	шт.

44.	Конфликтология	72	Гильяно Альбина Сергеевна	Доцент	1,0	ПГПИ им. В.Г. Белинского	Учитель математики и ВТ, практический психолог	Кандидат психологических наук	24	24	ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	штатный
45.	Психология делового общения	72	Гильяно Альбина Сергеевна	Доцент	1,0	ПГПИ им. В.Г. Белинского	Учитель математики и ВТ, практический психолог	Кандидат психологических наук	24	24	ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	штатный
46.	Религиоведение	72	Нагорный А.В.	доцент	0,1	МГТУ им. Баумана, Московская Духовная Академия	Инженер, теолог	к.физ-мат.н., доцент	39	24	Клирик РПЦ МП	Вн. совм.
5	Основы православной культуры	72	Нагорный А.В.	доцент	0,1	МГТУ им. Баумана, Московская Духовная Академия	Инженер, теолог	к.физ-мат.н., доцент	39	24	Клирик РПЦ МП	Вн. совм.
47.	Ведение деловой документации	72	Хлюстова Т.В.	ст.преп.	1,0	Казахский го. университет	филолог, преподаватель русского языка и литературы		43	43	ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	штатный
48.	Риторика	72	Ротенко Л.А.	ст.преп.	1,0	Ставропольский государственный педагогический институт	учитель русского языка и литературы		35	35	ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	штатный
49.	Правовые основы PR и рекламы	72	Ушакова К.М.	доцент	0,9	МГУ им. М.В.Ломоносова Высшей школы приватизации и предпринимательства.	филолог юрист	к.филол. н, доцент	15	14	РГАУ-МСХА	Шт.
50.	Юридические основы авторских прав	72	Ушакова К.М.	доцент	0,9	МГУ им. М.В.Ломоносова Высшей школы приватизации и предпринимательства.	филолог юрист	к.филол. н, доцент	15	14	РГАУ-МСХА	Шт.
51.	Правовое регулирование земельных отно-	72	Биткова Л.А.	доцент	1,0	Орловский юридиче-	Специаль-	к.ю.н.,	25	21	ФГБОУ ВО	Штатный

	шений					ский институт МВД России.	ность – Юриспруденция, квалификация – юрист.	доцент			РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	
52.	Государственная политика	72	Рокотянская В.В.	доцент	1,0	Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса»	юрист	к.э.н., доцент			ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Штатный
53.	Автоматизированные системы и базы данных в СО	72	Лемешко Т.Б.	Доцент	1,0	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Педагог профессионального обучения	-	18	18	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Штатный
54.	Информационные технологии в рекламе и СО	72	Лемешко Т.Б.	Доцент	1,0	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Педагог профессионального обучения	-	18	18	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Штатный
55.	Информационные технологии в медиапланировании (Бюджет)	72	Лемешко Т.Б.	Доцент	1,0	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Педагог профессионального обучения	-	18	18	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	Штатный
56.	Статистика в социологии	72										
57.	Мастер - класс "Проектирование в рекламе и связях с общественностью»	72	Бугаева И.В.	Зав.кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации	1,0	Ленинградский государственный университет	Филолог-русист, преподаватель русского языка и литературы	Доктор филол.н., доцент	36	36	РГАУ-МСХА	Шт.
58.	Мастер- класс "Реклама и СО в некоммерческих организациях"	72	Данилов В.А.	доцент	1,0	Военно-политическую академию им. В.И.Ленина		К.пед.н., доцент	24	24	РГАУ-МСХА	Шт.
59.	Мастер - класс "Реклама и СО в агротуризме"	108	Абакумов И.Б.	доцент	0,75	МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики	журналист	к.э.н.	39	10	РГАУ-МСХА	шт.
60.	Мастер - класс "Реклама и СО в деятельности структур АПК"	108	Абакумов И.Б.	доцент	0,75	МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики	журналист	к.э.н.	39	10	РГАУ-МСХА	шт.
61.	Технологии управле-	108	Алтабаева Е.В.	профессор	0,25	Мичуринский государ-	Учитель русско-	Д.филол.н	36	33	РГАУ-МСХА	Шт.

	ния общественным мнением					ственный педагогический институт	го языка и литературы	., профессор				
62.	Корпоративная культура	108	Бугаева И.В.	Зав.кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации	1,0	Ленинградский государственный университет	Филолог-русист, преподаватель русского языка и литературы	Доктор филол.н., доцент	36	36	РГАУ-МСХА	Шт.
	Реклама и СО в сфере политики и государственного строительства	72	Абакумов И.Б.	доцент	0,75	МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики	журналист	к.э.н.	39	10	РГАУ-МСХА	шт.
63.	Реклама и СО в социальной сфере	72	Данилов В.А.	доцент	1,0	Военно-политическую академию им. В.И.Ленина		К.пед.н., доцент	24	24	РГАУ-МСХА	Шт.
	Основы дизайна и цифровой графики	108	Довганюк А.К.	доцент	1,0	РГАУ-МСХА	агроном	К.б.н., доцент	15	15	РГАУ-МСХА	шт.
64.	Основы фоторепортажа	108	Абакумов И.Б.	доцент	0,75	МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики	журналист	к.э.н.	39	10	РГАУ-МСХА	шт.

Приложение В

Сведения об учебно-методическом и информационном обеспечении образовательного процесса по ОПОП ВО «наименование направления / специальности»

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
Б1	**Гуманитарный, социальный, экономический цикл**			
Б1.Б	Базовая часть			
Б1.Б.1	Философия		Основная литература: 1.Мамедов А.А.,Шиповская Л.П. Философия. Классический курс лекций. – М.:Издательство ЛЕНАНД,2015. 2.Мамедов А.А., Ромашкин К.И., Шиповская Л.П. Философия античности и средневековья. Хрестоматия – М.:РГАУ-МСХА,2014. 3.Оришев А.Б., Ромашкин К.И., Мамедов А.А. История и философия науки. – М.:РИОР-Инфра-М,2017. 4.Оришев А.Б., Ромашкин К.И., Мамедов А.А. Социология. – М.:РГАУ-МСХА,2014. Дополнительная литература: 1.Спиркин А.Г. Философия. – М.:Юрайт,2011. 2. Орлов Г.М., Шиповская Л.П., Мамедов А.А., Ромашкин К.И. История и философия науки в вопросах и ответах. – М.: РГАУ-МСХА,2011. 3. Лекторский В.А. Рациональность как ценность культуры // Вопросы философии,2012, №5.-с.26-34. 4. Гусейнов А.А. Мораль как предел рациональности // Вопросы философии,2012,№5.- с.4-17. 5. Ромашкин К.И., Мамедов А.А., Аторин Р.Ю., Григорьев С.Л.	1 4 1 1 11 36 14 4 2

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Введение в социологию. – М.РИДЕРО,2016.	
Б1.Б.2	История		Основная литература: 1. Георгиев В.А., Георгиева Н.В., Орлов А.С. История России. М., 2009. 2. История России под ред. А.Б. Оришева. М., 2013. 3. Орлов А.С. и др. История России в схемах. М., 2011. Дополнительная литература: 1. Анисимов Е.В. Императорская история. Спб.2008. 2. Гражданская война в России 1917-1922 г. М., 2006. 3. Ерошкин Н.П. Российское самодержавие. М., 2006. 4. Ляшенко Л. Александр II или история трех одиночеств. М., 2002. 5. Соловьев С.М. Император Александр I. Политика и дипломатия, М., 2003. 6. Федосеев Ю. Русь и Золотая Орда: краткое историческое повествование. М., 2006. 7. Фомин В.В. Начальная история Руси. М., 2008 8. Фортунатов В.В. История. Учебное пособие. Спб., 2012. 9. Шацилло В. Первая мировая война. 1914-1918 гг. : Факты. Документы. М., 2003. 10. Эйдельман Н.Я. Твой XVIII век. Твой XIX век. М.,2008.	18 10 10 29 2 31 4 3 43 4 5 4
Б1.Б.3	Иностранный язык		Основная литература: 1. Глушенкова Е.В., Комарова Е.Н. Элементарный английский для экономистов. // Учебное пособие, 2-изд. испр. И доп. – М: Астрель:АСТ,2011-191с. 2. Cotton D., Falvey D. Учебник английского языка «Market	66 25

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Leader», Elemenrary, Longman, 2009/ 3. Салье Т.Е., Валиева Ю.М., Воскресенская И.Н. Английский язык для направления «Реклама и связи с общественностью» - Москва, Издательский центр «Академия», 2011. – 512 с. Дополнительная литература: 1 .Cunningham S., Moor P. «Cutting Edge», Elementary // Longman,- 2009.(книга для студента, аудиодиски). 2. Raytskaya L., Cochrane S. “ Macmillan Guide to Economics” // Macmillan Publishers Ltd., 2007. 3. Trappe T., Tullis G. “Intelligent Business” // Longman,-2011. 4. Allison J., Emmerson P. “The Buseness” // Macmillan Publishers Ltd., 2007. 5. Cottin D. “ Keys to Mannagenent” // Longman.- 1999. 6. Yates Ch. St. J. “ Economics. English for academic pursoses series” // Cassell,- 1999. 7. Yates Ch. St. J. “Agriculture. English for academic purposes series” // Cassell, - 1997. 8. Murphy R. “Essential English Grammar in Use”, Cambrige University Press, - 1994. 9. Evans V., Dooley J. “ Round – Up” English Grammar // Pearson Education Ltd., - 2010.	50 13 1 - 12 - 12 3 4 5
Б1.Б.4	Русский язык и культура речи		Основная литература: 1. Щербина С.И. Русский язык и культура речи. Теория: учебное пособие/ С.И. Щербина, А.А.Зайцев, Москва – РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2016. – 176 с. 2. Тенчурина Л.З. Русский язык и культура речи. практикум: учебное пособие к 150-летию Тимирязевсеой академии/ Л.З. Тенчурина, С.И.Щербина; российский	30

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			государственный аграрный университет- МСХА им. К.А.тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2015. – 150 с.	250
			3. Марковская В.И. культура русской речи: нормативный и этический аспекты: учебное пособие / В.И. Марковская. – москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2015. – 163 с.	25
			4. Хлюстова Т.В. русский язык и культура речи: учебно-методическое пособие/ Т.В.Хлюстова; Москва:РГАУ-МСХА им. К.А.тимирязева,2012. – 110 с.	11
			5. Русский язык и культура речи: учебник для бакалавров. Допущено научно – методическим Советом Минобрнауки для студентов вузов/ ред. В.И.Максимов, А.В. Голубева. – 3-е изд.,перераб.и доп. – Юрайт,2015. – 382 с.	5
			Дополнительная литература:	
			1. Самусева В.В. тексты и упражнения по научному стилю речи: учебное пособие / В.В.самусева; Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А.Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2015. – 50 с.	5
			2. Хлюстова Т.В. культура речи в официально-деловой сфере: учебно-методическое пособие/ Хлюстова Т.В.; - Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2012. – 63 с.	10
			3. Культура русской речи: энцикл.слов.-справ. /Рос.акад.наук; под общ. Руководством Л.Ю. Иванова и др. – 2-е изд.,испр.- М.:Флинта:Наука,2007.- 840 с.	2
			4. Культура устной и письменной речи делового человека:	249

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Справочник. Изд-во Моск. Университета,2004. – 192 с. 5. Русский язык и культура речи: Учеб. для вузов/под ред. В.Д.Черняк.-М.:Высш.шк.,2005.- 509 с.	150
Б1.Б.5	Культурология		Основная литература: 1. Гуревич П.С. Культурология. – М.,1996. 2. Хрестоматия по культурологи в 2ч. – М., 1998. 3. Кравченко А.И. Культурология. – 2001. 4. Кравченко А.И. Культурология. Хрестоматия для высшей школы. – М., 2003. 5. Культурология: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений/ Г.В. Драч. – М.,2003. 6. Культурология: Учеб.пособие для студентов высших учебных заведений/ Науч. Ре. ГюВ.Драч – Ростов-на-Дону,1998. Дополнительная литература: 1. Антология – Антология исследований культуры (под ред. Л.А. Мостовой). Том 1, СПб, Университетская книга,1997. 2. Бахтин М.М. Эстетика словестного творчества. М., 1979. 3. Бонгар-Левин Г.М. Древнеиндийская цивилизация. Философия, наука, религия.М.,1980. 4. Вебер М. Избранные произведения. М.,1990. 5. Вебер М. Избранное. Образ общества. М.,1994. 6. Гадамер Г.Г. Актуальность прекрасного. М., Искусст-во,1991.	23 3 2 2 1 8 1 2 Св.нет 1 1 3

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			7. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. СПб,1971. 8. Кузнецов В.Г. Герменевтика и гуманитарное познание. М., МГУ,1991. 9. Культурология (под ред. Драча Г.В.), Ростов-на-Дону, ФЕНИКС,1995. 10. Леви-Стросс К. Структурная антропология. Мю,1983. 11. Макнил В. Цивилизация, цивилизации и мировая система. В кн.: Цивилизации, вып.2,М., Наука,1993. 12. Мандельштам О.Э. Слово и культура. М.,1987.	ЭБС 27 4 1 10 89
Б1.Б.6	Психология		Основная литература: 1. Гильяно А.С. Психология: учебное пособие/ Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ – МСХА им. К.А.Тимирязева, 2015. – 168 с. 2. Калиниченко С.Г., Коротина О.А. Психофизиология: учебное пособие. – Владивосток: изд-во ВГУЭС – 2010. – 80с. 3. Немов Р.С. Психология в 3-х томах: учебник для бакалавров. Рекомендовано Министерством общего и профессионального образования. – Москва: Юрайт,2015. 4. Никандров В. В. Психология: учебник/ Никандров В.В.; КноРус. – Электр. текст. данные. – Москва:КНОРУС, 2009. – 1 эл.опт.диск (CD-ROOM) : цв.,зв. 5. Психология личности в трудах отечественных психологов /Л.В. Куликов. – 2-е изд. перераб.и доп.- Москва:Питер,2009. – 460 с. Дополнительная литература:	76 ЭБС 5 2 1

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			1. Столяренко А.М. Психология и педагогика: учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ А.М.Столяренко. – изд. 2-е перераб. и доп. – Москва:ЮНИТИма-ДАНА,2008.-526 с. 2. Немов Р.С. Психология: учебное пособие/ Р.С. немов. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 304 с.: ил.21.	10 1
Б1.Б.7	Социология		Основная литература: 1. Орлов Г.М. Социология. Социальное управление. Социология управления.- М.: РГАУ-МСХА,2011. 2. Лавриненко В.И. Социология.- М.:Юнити-Дана,2009. 3. Добреньков В.И.., Кравченко А.И. Социология – М.: Инфра-М,2-10. 4. Мамедов А.А. История философии. – М.: Книжный дом»Либроком»,2010. 5. Мамедов А.А., Ромашкин К.И., Шиповская Л.П. и др. Философия для аграриев. Актуальные проблемы. – М.: МСХА,2010. Дополнительная литература: 1. Кравченко А.И. Социология. –М.:Академический проект,2009. 2. Зотов А.Ф. Современная западная философия. –М.: Проспект,2012. 3. Мамедов А.А. Историцизм и свобода личности // Социально-гуманитарные знания,2011, №6. 4. Гиддингс Ф. Основания социологии. Анализ явлений ассоциации и социальной организации. –	 1 3 1 17 101 48 1 1 62

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			М.:Красанд,2012. 5. Кетле А. Социальная система и законы, ее управляющие. – М.:Книжный дом «Либроком»,2012.	 14
Б1.Б.8	Экономика		Основная литература: 1. Экономическая теория: Учебник/ под ред. Р.С.Гайсина. – Москва: ИНФРА-М,2013- 328 с. 2. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. – М., Норма,2014. 3. Экономика (Экономическая теория): допущено УМО вузов РФ / В.Г. Кучкин; Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А.Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2015. – 138 с. 4. Курс микроэкономической теории: Учебник/ под общей редакцией Чепурина М.Н. и Киселевой Е.А., Киров, АСА,201 2. Дополнительна литература: 1. Экономическая теория: основные понятия, упражнения, задачи и тесты: Сборник/ Р.С.Гайсин и др., 2010.- 330 с. 2. Экономическая теория (политэкономия): учебник/ под общей ред. акад. В.И.Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. М.:ИНФРА-М,2008. 3. Гайсин Р.С., Кирюшин О.И., Кучкин В.Г. Экономика (Экономическая теория). Уч. Пособие. М.:Изд-во РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2006. 4. Экономическая теория: микро- и макроэкономика. Под ред. А.М. Гатаулина. М.: «Финансы и статистика»,2007.	48 20 11 1 48 10 11 410
Б1.Б.9	Математика и статистика		Основная литература:	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			1. О.Б. Тарасова и др. Математическая статистика: практикум; ред. О.Б.Тарасова. – Москва: Библиогр.,2014. – 139 с. 2. П.С. Бондаренко, Г. В. Горелова, И.А. Кацко. Теория вероятностей и математическая статистика: учебное пособие. – Краснодар: кубанский государственный аграрный универсситет,2013. – 340 с. 3. Т.Ю.Демина, Е.В. Неискашова. Математика: сборник задач. – М.: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2013. – 148 с. Дополнительная литература: 1. А.М. Гатаулин. Система прикладных статистико-математических методов обработки экспериментальных данных в сельском хозяйстве: монография. Ч 1. – 2-е изд.,стереотипное.- Москва:МСХА,2015.- 159 с. 2. А.М.Гатаулин. Система прикладных статистико-математических методов обработки экспериментальных данных в сельском хозяйстве: монография. Ч 2.- Москва:МСХА,2015. – 192 с. 3. Т.Ю.Демина, Н.Н.Иванцова, Е.В.Неискашова. высшая математика. Индивидуальные задания.- М.: Изд-во РГАУ-МСХА, 2008.	211 1 770 1 1 850
Б1.Б.10	Компьютерные технологии и информатика		Основная литература: 1. Информатика: учебно-методическое посо-	31

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			бие/Т.Б.Лемешко; Российский государственный агррный университет – МСХА им. К.А.Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2017. 2. Информатика: учебник для студентов экономических специальностей вузов/ Н.В. Макарова, Л.А. Матвеев, В.Л. Бройдо и др.; под ред. проф. Н.В.Макаровой. – 3-е изд. перераб. – Москва: Финансы и статистика,2009. 3. Федотова Е.Л. Информационные технологии в науке и образовании: учебное пособие.- Москва:ФОРУМ:ИНФРА-М,2011. Дополнительна литература; 1. Карминский А.М. Применение информационных систем в экономике. – М., Форум, Инфра-М,2014. 2. Карапузова В.И., Скрипченко Э.Н., Светлов Н.М., Чернышева К.В., Яшкова Е.А. Информатика. Учебно-методическое пособие. М.: Издательство РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2008.	60 1 4 1
Б1.Б.11	Безопасность жизнедеятельности		Основная литература: 1. Автухович И.Е. Безопасность жизнедеятельности на объектах АПК (безопасность жизнедеятельности в ЧС): Учебник. В 2 ч. Ч.1 /И.Е. Автухович и др.; под.общ.ред. И.Е. Автухович. М.:Издательство РГАУ-МСХА,2015. - 327 с. 2. Автухович И.Е. Безопасность жизнедеятельности на объектах АПК (охрана труда): учебник в 2 ч. Ч 2/ И.Е. Автухович4 под общ.ред. И.Е. Автухович.: Издательство	273 273

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			РГАУ-МСХА, 2015. -164 с. Дополнительная литература: 1. Автухович И.Е. Воздействие ядерного, химического, биологического оружия на людей, животных, растения, продовольствие, корма: учебно-методическое пособие / Автухович И.Е. и др.; Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева, 2015.-44 с. 2.Автухович И.Е. Защита сельскохозяйственного производства. Защита сельскохозяйственных растений в чрезвычайных ситуациях: учебно-методическое пособие/ И.Е. автухович, С.Н. Гущин, В.В. Рожнов. М.: изд-во РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2015. – 52с. 3. Панов В.Б. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда: практикум/ В.Б.Панов, С.В.Крашенинников,Л.А.Биткова – Москва:РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2015 – 67 с. 4. Автухович И. Оценка обстановки в чрезвычайных ситуациях природного характера: учебно-методическое пособие/ И.Е. Автухович и др.; Москва:РГАУ-МСХА им.К.А.Тимирязева, 2013.- 71 с. 5. Гущин С.Н. Защита сельскохозяйственных продуктов, кормов, воды, водоисточников в чрезвычайных ситуациях и их обеззараживание: учебно-методическое пособие / С.Н.Гущин, В.В. Рожнов, О.П. Виноходова – Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева, 2012.- 24с.	35 40 70 20 10
Б.1.Б.12	Модуль 1. Коммуникология			
Б1.Б.12.1	Основы теории коммуникации		Основная литература:	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: Уч. пос. М.: Аспект Пресс, 2010 г. 2. Назарчук Л.В. Теория коммуникации в современной философии. М.: Изд-во «Прогресс – Традиция», 2009. 318 с. 3. Шарков Ф.И.. Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Дашков и К, 2014. Дополнительная литература: 1. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. СПб.: Питер, 2011. 2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2009. 3. Папкова О.В. Деловые коммуникации: Учебник. М.: Инфра, 2014. 4. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие. М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2009. - 288 с..	3 1 5 8 1 20 20
Б1.Б.12.2	Социология массовых коммуникаций		Основная литература: 1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: Уч.пос. – М.: Аспект Пресс, 2010. 2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2008. 3. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. – Изд-во Юрайт, 2015. 552 с. [http://www.biblioonline.ru/thematic/?d=urait.content]/ 4. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации:	3 1 10 1

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			учебное пособие: - М.: Перспектива, 2014. Дополнительная литература: 1. Социология: учебник для вузов / Ю. Г. Волков, В. И. Добреньков, В. Н. Нечипуренко, А. В. Попов. - 2-е изд. - М. : Гардарика, 2014. 2. Шарков Ф.И.. Коммуникология: основы теории коммуникации. М., 2014. 3. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов6 Введение в медиаметрию: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 155 с. 4. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЗАО Изд-во «Аспект Пресс», 2014. – 159 с.	 2 5 1 8
Б1.Б.12.3	Психология массовых коммуникаций		Основная литература: 1. Данилов В.А. Антикризисный PR. Теория и практика.- Москва: ФГБНУ «Росинформагротех», 2017. 2. Данилов В.А. Психология воздействия рекламы и PR в массовых коммуникациях: учебное пособие. - Москва : РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2016. 3. Данилов В.А. Связи с общественностью в социальной сфере.- Москва : РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2016. 4. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие - Москва : Дашков и Кш, 2008.	 17 25 20 5

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			5. Сибирева М. В. Реклама в коммуникационном процессе: практикум. - Москва : РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2012.	10
			Дополнительная литература:	
			1. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008.	5
			2. Бернбах У. Библия Билла Бернбаха : история рекламы, которая изменила рекламный бизнес. - Москва : Эксмо, 2011.	1
			3. Иванова К.А. Копирайтинг : секреты составления рекламных и PR-текстов. - Санкт-Петербург: Питер : Питер Пресс, 2009.	31
			4. Костина А.В. Основы рекламы : учебное пособие: для студентов высших учебных заведений. - Москва : КноРус, 2009.	15
			5. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы : учебное пособие: для студентов высших учебных заведений. - Москва : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2008.	2
			6. Овчаренко А.Н. Основы рекламы : учебник для студентов вузов. - Москва : Аспект Пресс, 2006.	20
			7. Полукаров В.Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. пособие. - Москва : Кнорус, 2006.	15
			8. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью : учебник. - Москва : Юрайт, 2014.	10

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
Б1.Б.12.4	Теория и практика массовой информации		Основная литература: 1. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. СПб, 2006. 2. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала. М.: Аспект Пресс, 2012. 3. Городов, О.А. Информационное право: Электронный учебник / О. А. Городов. М.: КноРус, 2009. 4. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. М.: Аспект Пресс, 2004. 5. Засурский Я.Н. Искушение свободой: российская журналистика: 1990-2004 / Я. Н. Засурский; МГУ им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. 6. Интернет-СМИ: учеб. пособие для студентов высших учеб. заведений, обучающихся по направлению 030600 «Журналистика» и по спец. 030601 "Журналистика" / МГУ им. М.В. Ломоносова, фак. журналистики; под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект-Пресс, 2010. 7. Калмыков А.А. Интернет-журналистика: учебное пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.	8 20 20 ЭБС ЭБС 5

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			8. Ким М.Н. Журналистика: Методология профессионального творчества. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2004.	ЭБС
			9. Ким М.Н. Технология создания журналистских произведений. Спб, 2001.	ЭБС
			10. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: Учебное пособие. М.: Изд-во Московск. ун-та, 2010.	ЭБС
			11. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект-пресс, 2010.	ЭБС
			12. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие для вузов / Г. В. Лазутина. М.: Аспект Пресс, 2006.	ЭБС
			13. Мельник, Г.С., Виноградова С.М. Деловая журналистика: учебное пособие. СПб. : Питер, 2010.	13
			14. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: учебник. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005.	ЭБС
			15. Ненашев М.Ф. Иллюзии свободы: российские СМИ в эпоху перемен (1985-2009) / М. Ф. Ненашев. М.: Логос, 2010.	ЭБС
			16. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. М., 2003.	1
			17. Основы медиабизнеса: Учебное пособие для студентов вузов / Под ред Е.Л.Вартановой. М.: Аспект-Пресс, 2009.	15
			18. Правовые и этические нормы в журналистике / Сост.:	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Ю.Е.Прохоров.2-е изд. М.: Аспект-Пресс, 2008.	1
			19. Правовые основы информационной политики и СМИ: методическое пособие по спец.: 030601.65 - Журналистика; 030901.65 - Издательское дело и редактирование / М-во образования и науки РФ, МГУП; сост.В.В. Русина. - М., 2010.	1
			20. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2009.	25
			21. Прохоров, Е.П. Исследуя журналистику: теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ: учебное пособие для вузов . М.: "РИП-холдинг", 2006.	43
			22. Радиожурналистика / Под ред. А.А. Шерля . М. Изд-во Моск. ун-та, 2000.	1
			23. Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия: журналист: учебное пособие для студентов вузов. 3-изд., испр. и доп. М.: Аспект-Пресс, 2011.	21
			24. Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов /Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др.; Под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2003.	1
			25. СМИ в меняющейся России: коллективная монография / МГУ им. М.В. Ломоносова; факультет журналистики; под	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			ред. Е.Л. Вартановой. М. : Аспект Пресс, 2010.	1
			26. Телевизионная журналистика. М.: Изд-во Моск. ун-та, Высшая школа, 2002.	ЭБС
			27. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект пресс, 2010.	ЭБС
			28. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М.: Аспект Пресс, 2010.	ЭБС
			29. Технология новостей от Интерфакса: учебное пособие для студентов вузов / Герасимов, В.В., Ромов, Р.Б., Новиков, А.А.и др.; под ред. Ю.А. Погорелого. М. : Аспект-Пресс, 2011.	ЭБС
			30. Типология периодической печати: учебное пособие для вузов / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. М.: Аспект Пресс, 2009.	11
			Дополнительная литература:	
			1. Аврамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие для вузов. М.: Изд-во Московского ун-та, 2003.	ЭБС
			2. Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики: учебное пособие / Е. В. Ахмадулин. М.; Ростов на /Д: ИКЦ "МарТ", 2006.	1
			3. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			концепции: учебное пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: АСПЕКТ-ПРЕСС, 2010.	3
			4. Баханов Е.А. Аудитория "Российской газеты" как объект исследования: аналитический обзор. М-во образования и науки РФ; Федеральное агентство по образованию, МГУП. М.: МГУП, 2009.	ЭБС
			5. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия М.: Изд-во "РИП-холдинг", 2004.	1
			6. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003.	20
			7. Ветров К.В. Средства массовой информации постсоветской России : Особый путь вдоль проторенной дороги. М. : Книга и бизнес, 2004.	1
			8. Ворошилов В.В. Право и этика в журналистике: Курс лекций. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.	1
			9. Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия / Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.	ЭБС
			10. Журналистика на перепутье: опыт России и США / Факультет журналистики МГУ; школа журналистики ун-та Миссури; под ред. Е.Л. Вартановой. М.: МедиаМир, 2006.	ЭБС
			11. Загородников С.Н., Шмелев А.А. Информационное право:	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Учебное пособие для вузов. М.: Академический Проект: Парадигма, 2005.	ЭБС
			12. Засурский Я.Н Искушение свободой: российская журналистика: 1990-2004. М. : Изд-во Моск.ун-та, 2004.	ЭБС
			13. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учебное пособие. - М.: Аспект Пресс, 2010.	ЭБС
			14. Кихтан В.В. Информационные технологии в журналистике / Под ред. Л.А. Кохановой. Ростов на /Д: Феникс, 2004.	ЭБС
			15. Коновченко С.В., Киселев А.Г. Информационная политика в России: Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. М.: РАГС, 2004.	ЭБС
			16. Корконосенко С.Г. Преподаем журналистику: профессиональное и массовое медиаобразование: Учебное пособие для вузов. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2004.	ЭБС
			17. Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR, реклама: учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.	8
			18. Макеенко М.И. Ежедневная печать: американский опыт конца XX столетия 1995. М: Изд-во МГУ, 2004. - 190 с.	ЭБС
			19. Маккей Д. Все о журналах / Пер. с англ. О.С. Щеголева. М.: Издательский дом "Университетская книга", 2008.	ЭБС
			20. Медиа: введение: учебник для вузов / Под ред.А. Бриггза,	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			П. Кобли. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ, 2005.	
			21. Мельник Г.С., Ким М.Н. Методы журналистики: учебное пособие. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2006. - 271с.	ЭБС
			22. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.	ЭБС
			23. Морриш Д. Издание журнала: от идеи до воплощения / Пер. с англ. Д.В.Ковалевой, Е.М. Фатьяновой. М.: Издательский дом "Университетская книга", 2008.	ЭБС
			24. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество: учебное пособие для курсов "Основы журналистики" и "Основы творческой деятельности журналиста". М.: Изд-во "РИП-холдинг", 2004.	1
			25. Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики : Учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2005.	ЭБС
			26. Социология журналистики: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2004.	10
			27. Тертычный А.А. Логическая культура журналиста: Учебное пособие для вузов. М.: Издательство "ВК", 2005.	ЭБС
			28. Финк К. Стратегический газетный менеджмент: Пер. с англ. Самара: Корпорация "Федоров", 2004.	ЭБС
			29. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиа-	1

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			метрию. М.: Аспект Пресс, 2004. 30. Фомичева И.Д. Социология СМИ: учебное пособие для вузов по спец. "Журналистика".М.: Аспект Пресс, 2007. 31. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. - 4-е международное изд. - СПб.: прайм ЕВРОЗНАК, 2001. - 445 с.	 ЭБС ЭБС
Б1.Б.13	Модуль 2. Интегрированные коммуникации			
Б1.Б.13.1	Основы интегрированных коммуникаций: основы связей с общественностью		Основная литература: 1. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М., 2009. 2. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2012. 3. Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. Реклама и связи с общественностью. Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017. – 552 с. Дополнительная литература: 1. Бугаева И.В., Ушакова К.М. Теория и практика связей с общественностью: работа с текстами. – М.: РГАУ-МСХА, 2012. 2. Ильин А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А.С. Ильин. – М.: КноРус, 2009. – 207 с. 3. Теория и практика связей с общественностью для студентов вузов / А.В. Кочеткова и др. – М.: Питер, 2009. –	 20 10 10 45 20 30

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			240 с.	
Б1.Б.13.2	Основы интегрированных коммуникаций: теория и практика рекламы			
Б1.Б.14	Модуль 3. Менеджмент			
Б1.Б.14.1	Основы менеджмента		Основная литература: 1.Менеджмент: учебное пособие/ В.В.Козлов, М.С. Иус, Е.Ю.Козлова. – М.:Изд-во РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2016. 2.Менеджмент: учебное пособие/ В.В.Козлов, В.Г. Русский, М.С.Иус, Д.В.Иус.- М.:Изд-во РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2015. 3.Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ.- 3-е изд.- М.: ИД»Вильямс»,2012. Дополнительная литература: 1.Дафт Ричард Л. Теория организации. Учебник для студентов вузов/ пер. с англ. Под ред.Э.М.Короткова.- М.:ЮНИТИ-ДАНВ,2009. 2. Козлов В.В., Козлова Е.Ю. Инновационный менеджмент в АПК. Учебник.- С.:КУРС:ИНФРА-М,2015.	54 54 3 35 25
Б1.Б.14.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общест-венностью		Основная литература: 1) Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие.	20

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			– М.: ИНФРА-М, 2014. – 205 с. 2) Музыкант В.Л. Интегрированныее маркетинговые коммуникации: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 215 с. 3) Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров. –М.: Юрайт, 2014. – 552 с. 4) Чумиков А.Н. Медиарелейшнз: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 182 с. 5) Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 157 с. Дополнительная литература: 1) Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью: учебник. - СПб.: Питер, 2012. 2) Сибирёва М.В. Реклама в коммуникационном процессе: практикум. – М.: МСХА, 2012. 3) Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2013. – 172 с. 4) Чумиков А.Н. Государственный ПР: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2015.- 327 с.	15 10 5 8 10 10 17 20
Б1.Б.15	Модуль 4. Маркетинг			
Б1.Б.15.1	Основы маркетинга		Основная литература: 1.Маркетинг. Учебник./ под. ред. проф.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			А.В.Пошатаева./М.:КолосС,2005. 2.Практикум по маркетингу./под ред. проф. А.В.пошатаева./М.:КолосС,2008. Дополнительная литература: 1.Голубков Е.П. маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.:Финпресс,2008. 2.Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник и практикум для академического бакалавриата/ под ред. Н.В.Акканиной. – М.:издательство Юрайт,2016. – 314 с. 3.Управление маркетингов в АПК: Учебник/ А.В. Пошатаев, Т.А. Бурцева, М.А. Кауфман, Г.В. Сапогова, А.В.Шулдяков; под ред. А.В. пошатаева. М.: Издательство РГАУ-МСХА им.К.А.Тимирязева,2011.- 279 с.	145 285 50 99 145
Б1.Б.15.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		Основная литература: 1.Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М:Финпресс,2008. 2.Маркетинг. Учебник/ под ред. проф. А.В. Пошатаева/ М.:КолосС,2005 3.Практикум по маркетингу/ под ред. проф. А.В. Пошатаева/ М.: КолосС,2007. 4.Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», Британик Э.В. М., Издательство РГАУ-МСХА, 2009. – 16 с. Дополнительная литература: 1.Малхотра, Нереш К. Маркетинговые исследования. практи-	50 145 285 ЭБС

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			ческое руководство, 4-е изд.: пер. с англ.- М.:ООО «И.Д.Вильямс»,2007. – 1200 с. Илл. 2.Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учеб.пособие/ Е.А.Зайцева, М.В. Прохорова; Нижегород. Гос. Техн.университет им. Р.Е. Алексеева. – Н.Новгород,2015. – 101 с. 3.Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата/ А.П. карасев. – М.: Издательства Юрайт,2015. – 323 с. 4.Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник для академического бакалавриата/ под ред.Н.В.Акканиной. – М.:Издательство Юрайт,2016. – 314 с. 5.Коротов А.В. Маркетинговые исследования: учеб.пособие для вузов. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2007.	ЭБС ЭБС ЭБС 1 ЭБС
Б1.Б.16	Брендинг			
Б1.Б.17	Пресс- служба		Основная литература: 1. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Медиапланирование. Учебное пособие. М., вузовский учебник, 2014. – 268 с. 2. Баринов В.А. Организационное проектирование: Учебник – М.: ИНФРА-М, 2014. – 384 С. 3. Деловые коммуникации: Учебник. Папкова О. В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с. 4. Синяева, И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности / И.М. Синяева. – М.: Изд-во ЮНИТИ ДАНА, 2009. – 414 с.	3 3 19 3 1

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			5. Федотова О.Г. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика. – М.: Юрайт, 2016. – 604 с. – ЭБС ЮРАЙТ Дополнительная литература: 1. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование. М., Академический проект. 2009. – 342 с. 2. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с. 3. Полли Б. Тайм-менеджмент: планирование и контроль времени. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004 – 288 с. 4. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. М.: ГУ-ВШЭ, 2008. – 451 с. 5. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных проектов. М.: ИНФРА-М, 2015. – 329 с.	20 15 1 1 19
Б1.Б.18	Технологии рекламы и связей с общественностью		Основная литература: 1. Бердников И.П. PR-коммуникации: практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова ; Изд.-торговая корпорация "Дашков и К°". - 2-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2013. – 207 с. 2. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / Л.В. Минаева. - Москва: Аспект Пресс, 2010. – 286 с.	3 25

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			3. Поляков В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2015. – 502 с.	1
			4. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 182 с.	5
			Дополнительная литература:	
			1. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью" / В. Ф. Кузнецов; Ин-т гуманит. образования ИГУМО. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - Москва: Аспект Пресс, 2008. – 301 с.	1
			2. Полукаров В. Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта учеб. пособие / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили; под общ. ред. к.ю.н. А. Г. Самохвалова, Общественный центр поддержки деятельности Администрации Президента РФ. – М.: Кнорус, 2006. - 349 с.	15
			3. Ученова В. В. Реклама и массовая культура служанка или госпожа?: учебное пособие / В.В. Ученова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 232 с.	1
			4. Чумиков А.Н. Актуальные связи с общественностью сфера, генезис, технологии, области применения, структуры: учебно-практическое пособие: [для преподавателей и студентов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественно-	5

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			стью" ("Интегрированные коммуникации")] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - Москва: Юрайт: Высшее образование, 2009. – 720 с. 5. Шарков Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе: учебник: для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - Москва : Дашков и Кш, 2008. – 246 с. 6. PR Соврем. технологии: учеб. пособие / С.-Петерб. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права, О-во "Знание" Санкт-Петербурга и Ленингр. обл.; [С. Л. Бровко и др.]. - Санкт-Петербург: ИВЭСЭП, 2008. – 261 с.	6 1
Б1.Б.19	Основы медиапланирования		Основная литература: 1. Васильев Г.А. Медиапланирование: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - М.: Вузовский учеб., 2014. – 266 с. 2. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 205 с. 3. Музыкант В.Л. Интегрированныее маркетинговые коммуникации: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 215 с. 4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник. - Москва: Дашков и К°, 2013. Дополнительная литература:	1 20 15 6

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			1. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие. - М. ИНФРА-М, 2001. 2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирвоание: учебное пособие. – Екатеринбург, 2009. – 342 с. 3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие. – М.: Дашков и К., 2014. – 332 с.	20 20 6
Б1.Б.20	Стилистика и литературное редактирование		Основная литература: 1. Бугаева, И.В. Редактирование рекламных и ПР-текстов: Учебное пособие/И.В. Бугаева. - М.: Изд-во РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, 2013. – 114 с. (кафедра) 2. Дымова И.А. Стилистика и литературное редактирование. – Оренбург: Оренбургский гос. Ун-т, 2012. ЭБС НЭБ. 3. Купина Н.А. Стилистика современного русского языка: учебник для бакалавров / Н. А. Купина, Т. В. Матвеева ; Урал. федер. ун-т им. Б. Н. Ельцина. - Москва : Юрайт, 2015. - 415 с. +ЭБС Юрайт. 4. Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов. – М.: Флинта-Наука, 2011. ЭБС НЭБ. Дополнительная литература:	2 1 3 1 45

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			1. Бугаева И.В. Теория и практика связей с общественностью: работа с текстами: учебное пособие. – М.: МСХА, 2012. 2. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А. Иванова. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер : Питер Пресс, 2009. - 160 с. 3. Морозов В.Э. Функциональные стили русского литературного языка: Пособие для студентов аграрных специальностей. М.: РГАУ–ТСХА им. К. А. Тимирязева, 2007. - 97 с. 4. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 694 с. 5. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 288 с.	31 10 1 5
Б1.Б.21	Методы социальных исследований		Основная литература: 1. Введенская Л.А. Деловая риторика : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. - 3-е изд. - М. : ИКЦ «МарТ», 2004. 512 с. 2. Веснин, В. Р. Управление персоналом: теория и практика [Электронный ресурс]. - Москва : КНОРУС, 2009 . 3. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью : практикум. – Москва: Академический проект, 2008. 191 с. 4. Лебедева М.М. Технология ведения переговоров :	200 12 1

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - Москва : Аспект Пресс, 2010. 190. с. 5. Психология и этика делового общения : учебник для студентов высших учебных заведений /под ред. проф. В.Н. Лавриненко. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 415 с. Дополнительная литература: 1. Аминов И.И. Психология делового общения. М.: Омега-Л, 2006. 304 с. 2. Мазалев В.В. Переговоры / Пер. с фр. 5-е изд. СПб.: Нева, 2012. 122 с. (Школа бизнеса) 3. Волкова А.И. Психология общения.-Ростов-на-Дону, Феникс, 2007 4. Кодала Н.В. Интервью. Методика обучения. Практические советы.-М. Аспект-Пресс, 2012. 5. Самое главное о переговорах / Рой Левицкий, Дэвид Сондерс, Брюс Барри, Джон Минтон ; [пер. с англ. Н. Белова]. - Москва : Форум, 2006. 318 с.	16 11 1 ЭБС 1 ЭБС ЭБС
Б1.Б.22	Переговорный процесс		Основная литература: 1.Введенская Л.А. Деловая риторика : учеб. пособие для вузов/ Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. - 3-е изд. - М. : ИКЦ	200

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			«МарТ», 2004. 512 с. 2. Веснин, В. Р. Управление персоналом: теория и практика [Электронный ресурс]. - Москва : КНОРУС, 2009 . 3. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью : практикум. – Москва: Академический проект, 2008. 191 с. 4. Лебедева М.М. Технология ведения переговоров : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - Москва : Аспект Пресс, 2010. 190. с. 5.Психология и этика делового общения : учебник для студентов высших учебных заведений /под ред. проф. В.Н. Лавриненко. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 415 с. Дополнительная литература: 1.Аминов И.И. Психология делового общения. М.: Омега-Л, 2006. 304 с. 2.Мазалев В.В. Переговоры / Пер. с фр. 5-е изд. СПб.: Нева, 2012. 122 с. (Школа бизнеса) 3.Волкова А.И. Психология общения.-Ростов-на-Дону, Фникс, 2007 4.Кодала Н.В. Интервью. Методика обучения. Практические советы.-М. Аспект-Пресс, 2012.	12 1 16 11 1 ЭБС 1 2

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			5.Самое главное о переговорах / Рой Левицкий, Дэвид Сондерс, Брюс Барри, Джон Минтон ; [пер. с англ. Н. Белова]. - Москва : Форум, 2006. 318 с.	5
Б1.Б.23	Связи с общественностью в кризисных ситуациях		Основная литература: 1. Данилов В.А. Антикризисный PR. Теория и практика.- Москва: ФГБНУ «Росинформагротех, 2017. 2. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. - Москва : Аспект Пресс, 2009. 3. Сальникова Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник и. - Москва : Юрайт, 2015. 4. Теория и практика связей с общественностью: учебник для студентов вузов. - 2-е изд. - Москва : Питер, 2009. 5. Чумиков А. Н. Антикризисные коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. - Москва : Аспект Пресс, 2013. 6. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие. - Москва : Дашков и К : Альтехсофт "Издательство Шаркова", 2014. Дополнительная литература: 1. Бердников, И. П. PR-коммуникации : практическое пособие. - Москва : Дашков и К°, 2013. 2. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие. - 2-е изд. - Москва : Вузовский учебник, 2008.	17 1 10 30 1 7 3 30

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			3. Пильгун М. А. Теория и практика связей с общественностью. - М. : МСХА, 2008. 4. PR : современные технологии: учеб. пособие. - Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. 5. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : учебник для студентов вузов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 6. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учеб. для студентов вузов. - М. : Соц. отношения : Перспектива, 2002.	5 1 3 1
Б1.Б.24	Государственное и общественное планирование рекламно-информационной деятельности		Основная литература: 1. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие. - М. ИНФРА-М, 2009. НЭБ РФ. 2. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник. - М.: Дашков и К, 2014. 3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник. М.: ИНФРА-М, 2015. Дополнительная литература: 1. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие. - Екатеринбург: Деловая кн.; М.: Акад. проект, 2009. 2. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз. Учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2003. 3. Ильин А.С. Теория и практика связей с общест-	НЭБ

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			венностью: курс лекций. - М.: КноРус, 2009. 4. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для бакалавров. - М.: Юрайт, 2015. 5. Пильгун М.А. Теория и практика связей с общественностью: практикум. – М.: МСХА, 2008. 6. Теория и практика связей с общественностью: учебник. – 2-е изд. – М.: Питер, 2009.	
Б1.Б.25	История и актуальные проблемы журналистики		Основная литература: 1. Введение в мировую журналистику: От античности до конца XVIII в. Хрестоматия / Сост.: Г.В. Прутцков. – М.: Аспект Пресс, 2007. 2. Морозов В.Э. История зарубежной периодической печати: Учебное пособие. Ч. 1. – М.: РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, 2012. – Ч.1: От «Ди бао» до «The Wall Street Journal». 3. Прутцков Г.В. Введение в мировую журналистику. – М.: Аспект Пресс, 2007. 4. СМИ в меняющейся России: Коллективная монография / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект-Пресс, 2010. Дополнительная литература: 1. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Под ред. д-ра филол. н, проф. М.В.Шкондина. – Москва: Аспект Пресс, 2008.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			2. Трыков В.П. История зарубежной журналистики: От истоков до Второй мировой войны: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 050301 (032900) – русский язык и литература (ДПП. ДС 032907 – практическая журналистика). – М.: Инфомедиа Паблишерз, 2007.	
Б1.Б.26	Иностранный язык профессионального общения		Основная литература: 1.Салье Т.Е., Васильева Ю.М., Воскресенская И.Н. Английский язык для направления «Реклама и связи с общественностью» - Москва, издательский центр «Академия», 2011. – 512 с. 2.Cotton D., Falvey D. Учебник английского языка «Market Leader", Elementary, Londman,2009. Дополнительная литература: 1 .Cunningham S., Moor P. «Cutting Edge», Elementary // Longman,- 2009.(книга для студента, аудиодиски). 2. Raytskaya L., Cochrane S. " Macmillan Guide to Economics" // Macmillan Publishers Ltd., 2007. 3. Trappe T., Tullis G. "Intelligent Business" // Longman,-2011. 4. Allison J., Emmerson P. "The Buseness" // Macmillan Publishers Ltd., 2007. 5. Cottin D. " Keys to Mannagenent" // Longman.- 1999. 6. Yates Ch. St. J. " Economics. English for academic pursoses series" // Cassell,- 1999. 7. Yates Ch. St. J. "Agriculture. English for academic purposes series" // Cassell, - 1997. 8. Murphy R. "Essential English Grammar in Use", Cambrige University Press, - 1994.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			9. Evans V., Dooley J. “ Round – Up” English Grammar // Pearson Education Ltd., - 2010.	
Б1.Б.27	Работа с текстами в рекламе и СО		Основная литература: 1. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Медиапланирование. Учебное пособие. М., Вузовский учебник, 2014. – 268 с. 2. Баринов В.А. Организационное проектирование: Учебник – М.: ИНФРА-М, 2014. – 384 С. 3. Деловые коммуникации: Учебник. Папкова О. В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с. 4. Синяева, И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности / И.М. Синяева. – М.: Изд-во ЮНИТИ ДАНА, 2009. – 414 с. 5. Федотова О.Г. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика. – М.: Юрайт, 2017. – 604 с. – ЭБС ЮРАЙТ Дополнительная литература: 1. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование. М., Академический проект. 2009. – 342 с. 2. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с. 3.Полли Б. Тайм-менеджмент: планирование и контроль времени. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004 – 288 с. 4. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. М.: ГУ-ВШЭ, 2008. – 451 с. 5. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных проектов. М.: ИНФРА-М, 2015. – 329 с.	ЭБС ЭРАЙТ

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
Б1.Б.28	Основы репутационного менеджмента		Основная литература: 1. Сальникова Л.П.. Основы репутационного менеджмента. М.: Юрайт, 2014. 2. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: имидж – репутация – бренд. М.: Юрайт, 2015.. 3. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учеб пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2009. // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: http://www.knigafund.ru Дополнительная литература: 1. Катернюк, А. В. Практическая реклама: учеб. пособие : рек. УМО / А. В. Катернюк. - Ростов н/Д : Феникс, 2008 (Ростов н/Д : ЗАО "Книга", 2007). - 429 с. 2.Васильев, Г. А. Рекламный маркетинг учеб. пособие для вузов : допущено УМО / Васильев, Геннадий Анатольевич, Поляков, Владимир Александрович. - М. : Вузовский учебник, 2008 3.Панфилова А. П. Деловые коммуникации в профессиональной деятельности. СПб., 2015. С. 253–324. 4. Смирнов С. Что такое креатив? // http://www.createbrand.ru /biblio/creative/ chto takoe.html	knigafund.ru createbrand.ru
Б1.Б.29	Профессиональная этика и бизнес-этикет в рекламе и СО		Основная литература: 1.Кибанов А.Я. Этика деловых отношений: учебник/ А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалов- М.: ИНФРА – М, 2006.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			2. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: учебное пособие/ Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов . -2-е изд. – М.: Дело,2001. 3. психология и этика делового общения/ под ред. В.Н. Лавриненко. – 5 изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА,2008. 4. Сабат Энн Мэри. Бизнес-этикет/Энн Мэри Сабат. Пер.с анг. Б.Н. Осетрова. – М.: ФАИР ПРЕСС,2004. 5. Уитмор Ж. Деловой этикет. М.: Добрая книга,2007. Дополнительная литература: 1.Агапова И.И. Экономика и этика: аспекты взаимодействия. М.: Юристъ,2002. 2.Ботавина Р.Н. Этика менеджмента/ Р.Н. Ботавина. – М.: Финансы и статистика,2002. 3.Зеленкова И.Л. Этика: учебное пособие для студентов вузов/ И.Л. Зеленкова, Е.В. Беляева. – 3 –е изд. испр. – Минск:Тетра Системс,2000 4.Золотухина-Аболина Е.В. Современная этика: истоки и проблемы, Ростов-на-Дону: ФЕНИКС,2000. 5.Канке В.А. Современная этика. М.:Омега-Л,2007. 6.Кузнецов И.Н. Корпоративная этика:учебное пособие/ И.Н. Кузнецов. – М.: Изд-во деловой и учебной литературы,2003. 7.Панков В.В. Профессиональная этика: учебное пособие. – Томск: изд-во ТПУ,2006. 8.Скворцова В.Н. профессиональная этика: учебное пособие.- Томск: Изд-во ТПУ,2006. 9.Ханников А.В. Деловой этикет и ведение переговоров: правила хорошего тона с комментариями психолога. М.: Книжкин	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Дом,2005. 10. Честара Д. Деловой этикет: Паблик рилейшзн для всех и для каждого. М.:ФАИР-ПРЕСС,2001.	
Б1.Б.30	Брендинг территорий		Основная литература: 1.Панкрухин А.П. Маркетинг. М.: Омега-Л,2009.-654 с. 2.Котлер Ф.,Асплкнд К., Рейн Я., Хапдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей, туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Сток-гольсмкая школа экономики,2005. Дополнительная литература: 1.Визгалов Д.В. Брендинг города. М.: Фонд «Институт экономики города»,2011. -160 с. 2. Динни К. Брендинг территорий: лучшие мировые практики. М.: Манн, Иванов и Фербер,2013.-336 с. 3. Сачук Т.В. Территориальный маркетинг. СПб.:Питер,2009-368 с. 4. Старцев Ю.И. Территориальный маркетинг. Челябинск: Издатель Татьяна Лурье,2004.	
Б1.Б.31	Физическая культура и спорт		Основная литература: 1.Барчуков И.С. Физическая культура и физическая подготовка: учебник для студентов высших учебник высших учебник заведений: учебник для курсантов и слушателей образовательных учреждений высшего профессионального образования МВД России/ И.С.Барчуков, Ю.Н.Назаров, С.С. Егоров и др. –	ЭБС

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Москва: ЮНИТИ-ДАНА,2009. – 429 с.//ЭБС. 2.Ильинич В.И. Физическая культура студента и жизнь: учебник для студентов высших учебных заведений, изучающих дичцмплину «Физическая культура», кроме направления и специальностей в области физической культуры и спорта/ В.И.Ильинич. – Москва: Гардарики,2008. – 366 с. Дополнительная литература: 1.Бадминтон: метод.указ./ Л.А.Бархатова. – Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2011. – 30 с. 2.Дартс:метод.указания/ Дубатовкин В.И., М.:МСЭХ,2014. 3.Медицинские проблемы массовой физической культуры. Врачебный контроль и самоконтроль: метод.указания – Москва:РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2010.- 10 с. 4.Мелентьев А.Н. Развитие скоростных качеств у студентов очной формы обучения на занятиях по физической культуре: метод. рекомендации для студентов и преподавателей физической культуры/ А.Н.мелентьев, М.Г. Баранов, С.И. Тикланов. – Москва: РГАУ-МСХА им.К.А.Тимирязева,2014. Т- 38 с. 5.Мусаев И.С-Х. Вольная борьба. Учебное пособие/ Мусаев И.С-Х.: изд-во ФГОУ ВПО «РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева». – М.,2009.- 48 с. 6.Рубанович В.Б. Основы здорового образа жизни: учебное пособие для студентов вузов. Рекомендовано УМО по образованию в области подготовки педагогических кадров./ В.Б. Рубанович, Р.И. Айзман: Министерство образования и науки РФ, Новосибирский го.педагогический университет, Московский гос.педагогический университет – Говосибирск-Москва: Арта,2011.- 254 с.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			7.Развитие скоростных качеств у студентов. М.,принт-Центр,2014. 8.Силовая подготовка студентов/ Метод. указания/ Мелентьев А.Н. и др.- МСХА,2014. 9. Силовая подготовка студентов/ Метод. указания/ Мелентьев учебное пособие для студентов и преподавателей выс-ших и средних учебных заведений физической культуры/ Ж.К.Холодов, В.С. Кузнецов. – 5-е изд.,стер.- Моск-ва:Академия,2007.- 478 с.	
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины			
Б1.В.ОД.1	Иностранный язык (2)		Основная литература: Французский язык 1.Потушанская Л.Л., Колесникова Н. И., Котова Г.М. Началь-ный курс французского языка: Учебник для институтов и фа-культетов иностр.яз. – 8-е изд.,испр.-М.: Мирта-Принт,2009. 2.Попова И.Н. Французский язык: учебник для 1 курса инсти-тутов и факультетов иностранных языков – 21-е изд.,испр.- М.: ООО Издательство «Нестор Академик», 2009. – 576 с. 3.Змеева Т.В., Николаева И.В., Прилепская М.В. Французский язык для экономистов// Учебное пособие.- М.: Междун. отно-шения,2006. -208 с. 4.Гавришина И.Н., Крылова А.С., Попова Г.Ф. Французский язык для экономистов: Учебник по французскому языку как языку специальности – М.:МГИМО МИД РФ,2007. Немецкий язык	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			1.Аксенова Г.Я., Корольков Ф.М., Михелевич Е.Е. Учебник немецкого языка для сельскохозяйственных вухов изд.5, перераб. и доп.- Москва, ООО «Корвет»,2005.-318 с. 2.Волина С.А., Воронина Г.Б., Карпова Л.М. Время немецкому в 3 ч. Ч1.: Учебник – 2-е изд.- М.:Ин.язык,2009. 3.Волина С.А., Воронина Г.Б., Карпова Л.М. Время немецкому в 3 ч. Ч2: Учебник. – 2-е изд. – М.: Ин.язык,2009. 4.Учебное пособие по немецкому языку к курсу «Экономика и менеджмент». – Kapp Volker. Ubersetzer und dolmmetscher: Theoretische Grundlagen, F. Berufspraxis. Thubingen Verlag. GmbH.1991. Дополнительная литература: Французский язык 1.Потушанская Л.Л.,Колесникова Н.И., Котова Г.М. Начальный курс французского языка: Учебник для институтов и факультетов иностр. Язы.- 8 –е изд. испр. – М.: Мирта-Принт,2009. 2.Попова И.Н. Французский язык для 1 курса институтов и факультетов иностранных языков – 21-е изд. исправ.- М.: ООО Издательство «Нестор Академик»,2009. 3.Змеева Т.В., Николаева И.В., Прилепская М.В. Французский язык для экономистов// Учеб.пособие.- М.: Междунар. отношения,2006. Немецкий язык: 1.Аксенова Г.Я, Корольеов Ф.В., Михелевич Е.Е. Учебник не-	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			мецкого языка для сельскохозяйственных вузов, изд. 5.,перераб.и доп. – Москва, ООО «Корвет»,2005. -318 с. 2. Волина С.А., Воронина Г.Б., Карпова Л.М. Время немецкому в 3ч. Ч 1.: Учебник. – 2-е изд.- М.: Ин.яз.,2009. – 624 с.. 3. Учебное пособие по немецкому языку к курсу «Экономика и менеджмент». - Kapp Volker. Ubersetzer und dolmmetscher: Theoretische Grundlagen, F. Berufspraxis. Thubingen Verlag. GmbH.1991.	
Б1.В.ОД.2	История русской литературы		Основная литература**:** 1. Древнерусские предания (XI-XVI в.) /Сост., автор предисловия, авт. примечаний В.В. Кусков. – М.: Советская Россия, 1982. – 365 с. 2. Кусков В. В. История древнерусской литературы: ученик для студентов вузов. М.: Высшая школа, 2002. 3. Русская литература от Нестора до Маяковского (CD). М.: Директ Медиа Паблишинг, 2004. 4.Мировая художественная культура [Электронный ресурс] – М., Новый диск, 2003. 5.Мировая художественная культура. XX век / Е.П.Львова, Д.В. Сарабьянов и другие. СПб.: Питер, 2007. – 459 с. Дополнительная литература: 1. Древнерусские предания (XI-XVI)/ сост., авт. предисл.,	ЭБС

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			авт. примеч. В. В. Кусков. - М.: Советская Россия, 1982. – 365 с. 2. Жирков Г.В. История цензуры в России XIX-XX в.: учебное пособие для студентов вузов/ Г.В.Жирков. – М.: Аспект-пресс, 2001. – 367 с. 3. История русской литературы XVIII века /Сост. В.П. Степанов, Ю.В. Степанюк. Л.: Наука, Ленинградское отделение, 1968. – 343 с. 4. Поэзия серебряного века [Электронный ресурс]: тексты, музыка, иллюстрации / ИДДК. - Версия 2.0. - Мультимедийное информационное электронное издание. - Москва: Бизнес-софт : ИДДК, 2005.3. Мировая художественная культура [Электронный ресурс] – М.,Новый диск, 2003. 5.Современный словарь-справочник по литературе/Сост. И научн. ред. С.И. Кормилов. – М.:Олимп, М.: ООО Изд-во АСТ, 2000. – 704 с.	ЭБС
Б1.В.ОД.3	История зарубежной литературы		Основная литература: 1. Гиленсон Б. А. История античной литературы. 2001. – 416с. 2. Стадников Г.В. Зарубежная литература и культура Средних веков, Возрождения, XVII века: учебник для студентов высших учебных заведений. М.: АКАДЕМИЯ, 2008. – 176 с. 3. Пахсарьян Н.Т. История зарубежной литературы XVII-XVIII веков: учебно-методическое пособие. М., 1996. – 102 с. 4. История зарубежной литературы XIX века. Под ред. Н.А. Соловьевой. М.: Высшая школа, 1991. – 637 с.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			5. История зарубежной литературы XX века: учебник. Под ред. Л.Г. Михайловой, Я.Н. Засурского. М., 2003. – 544 с. Дополнительная литература: 1. Тахо-Годи А.А. Греческая мифология. М., 1989. – 304 с. 2. Тахо-Годи А.А. Античность и современность. М.: ФАИР, 2008. – 245 с. 3. Рабинович В.С. История зарубежной литературы XIX века. Учебное пособие. Екатеринбург, 2014. – 88 с. 4. Зарубежная литература XX века: Учебник для вузов. Л. Г. Андреев, А.В. Карельский, Н.С. Павлова и др. М.: Высшая школа, 2004. – 559 с. 5. Засурский Я.Н. Американская литература XX века. М.: МГУ, 1984. – 504 с.	
Б1.В.ОД.4	Логика и теория аргументации		Основная литература: 1.Зайцев Д.В. Теория и практика аргументации: учебное пособие. – М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2015. - 223 с. Электронно-Библиотечная Система znanium.com 2.Логика: учебник для бакалавров / ред.: А. И. Мигунов, И. Б. Микиртумов, Б. И. Федоров. – М., 2015. - 675 с. Электронные версии книг на сайте www.prospekt.org Дополнительная литература: 1. Ивлев Ю.В. Теория и практика аргументации. – М.: Прогресс, 2013.	ЭБС znanium.com prospekt.org

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
Б1.В.ОД.5	Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в сфере рекламы и связи с общественностью			
Б1.В.ОД.6	Концепции современного естествознания		Основная литература: 1.Мамедов А.А.,Шиповская Л.П. Философия. Классический курс лекций. – М.:Издательство ЛЕНАНД,2015. 2.Мамедов А.А., Ромашкин К.И., Шиповская Л.П. Философия античности и средневековья. Хрестоматия – М.:РГАУ-МСХА,2014. 3.Оришев А.Б., Ромашкин К.И., Мамедов А.А. История и философия науки. – М.:РИОР-Инфра-М,2017. 4.Оришев А.Б., Ромашкин К.И., Мамедов А.А. Социология. – М.:РГАУ-МСХА,2014. Дополнительная литература: 1.Спиркин А.Г. Философия. – М.:Юрайт,2011. 2.Орлов Г.М., Шиповская Л.П., Мамедов А.А., Ромашкин К.И. История и философия науки в вопросах и ответах. – М.: РГАУ-МСХА,2011. 3.Лекторский В.А. Рациональность как ценность культуры // Вопросы философии,2012, №5.-с.26-34. 4.Гусейнов А.А. Мораль как предел рациональности // Вопросы философии,2012,№5.- с.4-17.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			5.Ромашкин К.И., Мамедов А.А., Аторин Р.Ю., Григорьев С.Л. Введение в социологию. – М.РИДЕРО,2016. 6.Найдыш В.М. Концепции современного естествознания. – М.:КноРус,2016.	
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору			
	Элективные курсы по физической культуре		Основная литература: 1.Барчуков И.С. Физическая культура и физическая подготовка для студентов высших учебных заведений: уебник для курсантов и слушателей образовательных учреждений высшего профессионального образования МВД России/ И. С..Барчуков, Ю.Н. назаров, С.С.Егоров и др. – Москва ЮНИТИ – Дана,2009 – 429 с.// ЭБС 2.Ильинич В.И. Физическая культура студента и дизнь: учебник для студентов высших учебных заведений, изучающих дисциплину «Физическая культура», кроме направления и специальностей в области физической культуры и спорта/ В.И. Ильинич. – Москва:Гардарики,2008. – 366 с. Дополнительная литература: 1.Бадминтон:метод.указания/ Л.А.Бархатова. –Москва:РГАУ-МСХА им.К.А.Тимирязева,2011. – 30с. 2.Дартс:метод.указания/ Дубатовкин В.И., М.:МСЭХ,2014. 3.Медицинские проблемы массовой физической культуры. Врачебный контроль и самоконтроль: метод.указания – Москва:РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2010.- 10 с. 4.Мелентьев А.Н. Развитие скоростных качеств у студентов очной формы обучения на занятиях по физической культуре:	ЭБС

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			метод. рекомендации для студентов и преподавателей физической культуры/ А.Н.мелентьев, М.Г. Баранов, С.И. Тикланов. – Москва: РГАУ-МСХА им.К.А.Тимирязева,2014. Т- 38 с. 5.Мусаев И.С-Х. Вольная борьба. Учебное пособие/ Мусаев И.С-Х.: изд-во ФГОУ ВПО «РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева». – М.,2009.- 48 с. 6.Рубанович В.Б. Основы здорового образа жизни: учебное пособие для студентов вузов. Рекомендовано УМО по образованию в области подготовки педагогических кадров./ В.Б. Рубанович, Р.И. Айзман: Министерство образования и науки РФ, Новосибирский го.педагогический университет, Московский гос.педагогический университет – Новосибирск-Москва: Арта,2011.- 254 с. 7.Развитие скоростных качеств у студентов. М.,принт-Центр,2014. 8.Силовая подготовка студентов/ Метод. указания/ Мелентьев А.Н. и др.- МСХА,2014. 9.Холодов Ж.К. Теория и методика физического воспитания и спорта: учебное пособие для студентов и преподавателей высших и средних учебных заведений физической культуры/ Ж.К.Холодов, В.С. Кузнецов. – 5-е изд.,стер.- Москва:Академия,2007.- 478 с.	
Б1.В.ДВ.1.1	Основы государства и права			
Б1.В.ДВ.1.2	Основы социального государства			
Б1.В.ДВ.2.1	Современные международные отношения			
Б1.В.ДВ.2.2	Геополитика		Основная литература: 1.Мухаев Р.Т. Геополитика: учебник для студентов вузов.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			М.: ЮНИТИ: ЮНИТИ-ДАНА,2007. 2.Нартов Н.А. Геополитика: учебник для студентов узов, обучающихся по экономическим специальностям. М.:ЮНИТИ,2007. Дополнительная литература: 1.Геополитика: учебник.М.: Издательство РАГС, 2007. 2.Лопарев А.В., Ермишина Н.Д. Введение в геополитику. Учебное пособие. М., 2016// режим доступа http//elibrary.ru/item.asp?id=27399503. 3.Люкманов Э.Т. Понятие геополитики. Неоднозначность термина «геополитика»// Новая наука: опыт, традиции, инновации,2016. № 10-2.с. 179-182// режим доступа: http://elibrary.ru/item.asp?id=27113796. 4. Цыганков П.А. Россия в геополитике Европейского Союза и Польши// Политическая наука, 2012. №4,с. 52-66// режим доступа: http://elibrary.ru/item.asp?id=18265098	elibrary.ru elibrary.ru elibrary.ru
Б1.В.ДВ.3.1	Конфликтология		Основная литература: 1.Конфликтология: учебник для вузов/ под ред. В.П.Ратникова. – 3-е изд. перераб. и доп.- М.:ЮНИТИ-ДАНА,2008.- 543 с. 2.Конфликтология. Учебник/ Кибанов А.Я., Ворожейкин И.Е. и др.- М.,Инфра,2009.- 300с. 3.Львов Л.В. Конфликтология: теория и практика, учебно-методическое пособие:учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			«Менеджмент», «Профессиональное обучение (по отраслям)», «Реклама и связи с общественностью»/ Л.В.Львов; департамент научно-технологической политики и образования, Министерство сельского хозяйства РФ, Федеральное гос.бюд. образовательное учреждение высш.проф.образования Челябинская гос.агроинженерная академия. – 2-е изд.,доп.и перераб.- Челябинск: ЧГАА,2013. – 395 с. 4.Анцупов А.Я. Конфликтология: теория, методы, практика. – М.,Питер,2008. – 490 с. Дополнительная литература: 1.Лукин Ю.Ф. Конфликтология: управление конфликтами. – М.: Академический проект,2007.- 799с. 2.Степанов Е.И. Современная конфликтология: общие подходы к моделированию, мониторингу и менеджменту социальных конфликтов: учебное пособие по направлению «Конфликтология»/ Е.И.Степанов.- Москва: USSR:ЛКИ,2008. -172 с. 3. Конфликтология: учебное пособие для чтудентов аграрных вузов/ В.И.Курбатов. – 2-е изд. – Ростов-на-Дону: Феникс,2007. – 444с.	
Б1.В.ДВ.3.2	Психология делового общения		Основная литература: 1.Трансдисциплинарный учебно-профессиональный практикум по курсу «Педагогический менеджмент»: учебно-методическое пособие/ Л В.Львов, М.В. Чернышева; Челябинская государственная агроинженерная академия. Каф. Педагогики и психологии профессионального образования.-Челябинск: Челябинская государственная агроинженерная академия, 2011. =- 253 с. 2.Психология и этика делового общения: учебник/	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			ред.:В.Н.Лавриненко. – 5-е изд.,перераб. И доп. – ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- (Золотой фонд российских учебников). 3.Зеер Г.Н. Психология профессионального образования. – М, Академия, 2013. – 377 с. 4.Иванова Е.М. Психология профессиональной деятельности. М,PER SE, 2011. – 323 с. Дополнительная литература: 1.Волкова А.И. Психология делового общения/ А.И. Волкова – Ростов-на-Дону: Феникс,2007.- 445 с. 2.Бодалев А.А. Психология делового общения. Избранные психологические труды: учеб.-метод. пособие ; рекоменд. Ред.изд. Рос.акад.образ./ А.А. Бодалев; Рос.акад. образ., Изд-во Моск. Психол.-социальный институт. – 3-е изд.,перераб. и доп. – М.: изд-во Моск. Психолого-социального института; Воронеж: НПО «МОДЭК»,2002. – 302 с. 3.Социальная психология: методические и теоретические основы социальной психологии, содержание и специфика социально-психологических явлений и процессов, психология социального влияния и воздействия на людей, психология различных социальных общностей людей, социальная психология политики и религии: учебник для чтудентов высших учебных заведений/ В.Г. Крысько. – 2-е изд. – Москва:Питер,2007. – 431 с.	
Б1.В.ДВ.4.1	Религиоведение		Основная литература: 1. История религии: учебник для бакалавров / Ред. И.Н. Яблоков. – М.: Юрайт, 2014. Т.1. – 525 с.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			2. История религии: учебник для бакалавров/ Ред. И.Н. Яблоков. – М.: Юрайт, 2014. Т.2. – 782 с. 3. Новейший словарь религиоведения / О.К. Садовников, Г.В. Згурский. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. Дополнительная литература: 1. Библия. – [Электронный ресурс]. М.: Новый диск, 2005. 2. Буддизм [Электронный ресурс]: энциклопедия. - Электрон. текстовые дан. - Москва: Media, 2008. 3. Коран [Текст] / Смысловой пер. Б. Я. Шидфар; Московский Исламский университет. - 3-е изд. - М. : УММА, 2006. 4. Православие: словарь-справочник. – М.: Даръ, 2007. 5. Религиоведение: энциклопед. словарь / Федеральная программа "Культура России" ; Под ред. А. П. Забияко, А. Н. Красникова, Е. С. Элбакян. - М.: Академический Проект, 2006. 6. Словарь религий: иудаизм, христианство, ислам / [пер. с фр. Е. А. Терюковой]; под ред. В. Зюбера, Ж. Потэна. - СПб. [и др.] : Питер, 2008. 7. Энциклопедия религий мира [Электронный ресурс]: электронный учебник. - Электрон. текстовые дан. - М.: Одиссей ; М.: Новый диск, 2008.	ЭБС ЭБС ЭБС ЭБС
Б1.В.ДВ.4.2	Основы православной культуры		Основная литература: 1.Библия. – [Электронный ресурс]. М.: Новый диск, 2005.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			2.История религии: учебник для бакалавров. Допущено УМС...,УМО по классическому университетскому образованию Мин. образ. и науки РФ / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова; ред. И. Н. Яблоков. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014 - . Т. 2. - 2015. - 2014. - 782, [1] с. 3.Православие: словарь-справочник. – М.: Даръ, 2007. 4. Свт. Филарет (Дроздов). Избранные творения. Акафист. - М.: Паломник, 2003. Дополнительная литература: 1. Костюкович П.И. Религиоведение: учеб. пособие для студ. Вузов. - Мн.: Новое знание, 2001. - 192 с. 2. История религии: в 2 томах: учебник для студ. высш. учеб. заведений : допущено по философии, политологии, религиоведению, УМО по классическому университетскому образованию / ред. И. Н. Яблоков. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Высшая школа, 2007. 3. Новейший словарь религиоведения / О. К. Садовников, Г. В. Згурский. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 444[1] с. 4. Православная энциклопедия. – М.: Православная энциклопедия. (URL: http://www.pravens.ru) 5. Православный словарь-справочник. – М.: Даръ, 2007.	ЭБС ЭБС http://www.pravens.ru)
Б1.В.ДВ.5.1	Введение деловой документации		Основная литература: 1. Бугаева И.В., Ушакова К.М. Теория и практика связей с общественностью: работа с текстами. Учебное пособие. – М.:	30

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			МСХА, 2012. 2. Ротенко Л.А. Культура делового общения. Нормы официально-деловой письменности: учебное пособие. М.: Изд-во РГАУ-МСХА, 2016. 101 с. 3. Хлюстова Т.В. Культура делового общения: учебно-методическое пособие. М.: Изд-во РГАУ-МСХА, 2013, 154 с. Дополнительная литература: 1. Иванова К.А. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и ПР-текстов.- Спб.: Питер, 2009. 2. Кочеткова А.В. и др. Теория и практика связей с общественностью. – СПб.,: Питер, 2009. 3. Рогожин М.Ю. Справочник по делопроизводству: организация работы с документами, требования к подготовке документов, шаблоны основных документов на CD. СПб.: Питер, 2008. 192 с 4. Связи с общественностью. Составление документов/Данилина В.В. и др.: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008.	50 35 ЭБС 10 3 20
Б1.В.ДВ.5.2	Риторика		Основная литература: 1. Аннушкин, В.И. Риторика: экспресс-курс: учебное пособие / В.И. Аннушкин. – 2-е изд. – Москва: Флинта: Наука, 2008. –	5

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			224 с.	
			2. Введенская, Л.А. Риторика и культура речи: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Изд. 9-е, доп. и прераб. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.	10
			3. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 314 с.	10
			4. Русский язык и культура речи: учебник для бакалавров / ред.: В.И. Максимова, А.В. Голубева. – 2-е изд., испр. и доп. – Люберцы : Юрайт, 2012. – 358 с.	30
			Дополнительная литература:	
			1. Введенская, Л. А. Деловая риторика: учеб. пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – 3-е изд. – л М.: ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д: МарТ, 2004.	3
			2. Матвеева, Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика: словарь / Т. В. Матвеева. – М.: Флинта: Наука, 2003.	18
			3. Стернин, И. А.. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. вузов / И. А. Стернин. – М.: Academia, 2003.	7
			4. Хазагеров, Г Г. Риторика / Г. Г. Хазагеров, И. Б. Лобанов. – 3-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2008.	3

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			5. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: Учебник для 150вузов. – М.: Изд-во «Юнити», 2012.	150
Б1.В.ДВ.6.1	Правовые основы PR и рекламы		Основная литература: 1. Свиридова Е.А. Правовое регулирование рекламы. М.: Юнити-Дана, 2009. 2. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие / — 3-е изд. — М.: «Дашков и К°», 2014. — 336 с. 3. Шарков Ф.И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности: в рекламе, связях с общественностью, журналистике. М.: Дашков и К, 2008 4. Эриашвили Н.Д. и др. Правовое регулирование рекламной деятельности. М.: Юнити-Дана, 2009 Дополнительная литература: 1. Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. – М.: Юриспруденция, 2010. – 223 с. 2. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Авт. Эриашвили Н.Д. и др. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 240 с. 3. Рассолов И.М. Информационное право. – М.: Юрайт, 2015.	
Б1.В.ДВ.6.2	Юридические основы авторских прав		Основная литература: 1. Авторское и патентное право: Нормативная база. Об-	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			разцы документов. - М.: ПРИОР, 2000. 2. Бирюков П.Н. Международное право. – М.: ЮРАЙТ, 2017. ЭБС ЮРАЙТ. 3. Ладатко О.В. Интеллектуальная собственность. Краснодар: Просвещение-Юг, 2002. 4. Макагонова Н.В. Авторское право. М.: Юрид. лит-ра, 2000. 5. Рассолов И.М. Информационное право. - М.: ЮРАЙТ, 2017. ЭБС ЮРАЙТ Дополнительная литература: 1. Баутин В.М. Права на результаты интеллектуальной деятельности автора и патентообладателя: состояние и перспективы. М.: Изд-во РГАУ - МСХА, 2009. 2. Наумов В.Б. Право и Интернет: очерки теории и практики. М.: Кн. дом Университет, 2002. 3. Свиридова Е.А. Правовое регулирование рекламы. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009.	ЭБС ЮРАЙТ ЭБС ЮРАЙТ
Б1.В.ДВ.7.1	Правовое регулирование земельных отношений		Основная литература: 1.Земельное право:учебно-методическое пособие/ Л.А.Биткова; Российский аграрный университет – МСХА им. К.А.Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева,2016. 2.Земельное право:учебник/ ред.С.А.Боголюбов. – 3-е изд.- Москва: Проспект,2016. 3.Правоведение: термины,понятия, категории: учебное пособие/ Л.А.Биткова; Российский государственный аграрный уни-	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			верситет – МСХА им.К.А.Тимирязева,2016. Дополнительная литература: 1.Основы законодательства: учебное пособие/ Л.А.Биткова, Н.Е. Нефедова; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Российсуий государственный аграрный университет- МСХА им. К.А.Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им.К.А. Тимирязева,2016. 2.Земельное право: учебник для бакалавров УМО по юрид.образованию вузов РФ в качесиве учебника по спец.юрид.профиля /С.А.Боголюбов. – 5-е изд.,перераб. и доп.- М.:Юрайт,2013. 3.Журнал «Аграрное и земельное право».	
Б1.В.ДВ.7.2	Государственная политика			
Б1.В.ДВ.8.1	Автоматизированные системы и базы данных в СО		Основная литература: 1.Базы и хранилища данных информационных систем: учебное пособие/ Ю.Р. Стратонович; Минстерство сельского хозяйства РФ, Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева (Москва). – Москва: РГАУ-МСХА им.К.А.Тимирязева,2013. 2.Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие для студ.вузов /Макарова Т.В.,Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; под ред.проф.Дмитриевой Л.М.- М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 3.Базы данных: введение в теорию и методологию: учебник для студентов/ А.С.Марков, К.Ю.Лисовский. – Москва: Финансы и статистика, 2006. 4. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата/	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			В.А. поляков, А.А. Романов; Финансовый университет при Правительстве РФ, Моск.гос.унив. экономики, статистики и информатики (МЭСИ). – М.:Юрайт, 2015. Дополнительная литература: 1.Базы данных и прикладные системы в менеджменте: методические указания/ Ю.Р. Стратонович; РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева (Москва). – М.:РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева, 2016. 2. Бизнес-аналитика средствами Excel: учебное пособие для студентов/ Я.Л.Гобарева, Л.Ю.Городецкая, А.В.Золотарюк; Финансовый университет при Правительстве РФ.- 2-е изд.,испр. и доп.- Москва: вузовский учебник ИНФРА-М, 2015. 3. Медиарилейшнз: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»/ А.Н. Чумиков.- Москва: Аспект Пресс, 2014. 4. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебное пособие/ В.Л. Полукаров, С.Н. Рощупкин, К.А. кобулашвили; под общ. ред .к.ю.н. А.Г.самохвалова, Общественный центр поддержки деятельности Администрации Президента РФ.- Москва:КноРус,2006.	
Б1.В.ДВ.8.2	Информационные технологии в рекламе и СО		Основная литература: 1.Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие для студентов вузов/ Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; под ред.проф. Дмитриевой Л.М.- ЮНИТИ-ДАНА,2009. 2. Разработка и технологии производства рекламного продук-	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			та: учебник и практикум для академического бакалавриата/ В.А. Поляков, А.А. романов; Финансовый университет при Правительстве РФ, Моск.гос.унив. экономики, Статистики и информатики (МЭСИ). – М.:Юрайт,2015. Дополнительная литература: 1.Медиарилейшнз: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»/ А.Н.Чумиков. – М.:Аспект Пресс,2014. 2.Разработка и технологии производства рекламного продкта: уч.пособие / В.Л.Полукаров, С.Н. Рощупкин, К.А. Кобулашвили; под общ.ред.к.ю.н. А.Г. Самохвалова, Общественный центр поддержки деятельности Администрации Президента РФ. – М.:КноРус,2006.	
Б1.В.ДВ.9.1	Информационные технологии в медиапланировании (Бюджет)		Основная литература: 1.Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие для студентов вузов/ Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; под ред.проф.Дмитриевой Л.М.- М.:ЮНИТИ-ДАНА,2009. 2.Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А.Поляков, А.А.Романов; Финансовый университет при Правительстве РФ, Моск.гос.унив. экономики, статистики и информатики (МЭСИ). – М.:Юрайт,2015. 3.Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие/ Е.Л. Головлева. – Екатеринбург: Деловая книга; Москва:Акад.проект,2009.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			4. Медиапланирование: учебное пособие/ Г.А. васильев, А.А. Романов, В.А. Полякlв. – Москва: Вузовский учебник,2014. Дополнительная литература: 1.Бизнес-аналитика средствами Excel: учебное пособие для студентов/ Я.Л. Гобарева, О.Ю. Городецкая, А.В. Золотарюк; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 2-е изд.,испр. и доп.- Москва: Вузовский учебник, ИНФРА-М,2015. 2. Медиарилейшзн: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»/ А.Н. Чумиков.- Москва: Аспект Пресс,2014. 3.Разработка и технологии производства рекламного продукта: учеб.пособие/ В.Л. Полукаров, С.Н. Рощупкин, К.А. Кобулашвили; под общ.ред.к.ю.н. А.Г.Самохвалова, Общественный центр поддержки деятельности Администрации Президента РФ.- М.:КноРус,2006.	
Б1.В.ДВ.9.2	Статистика в социологии		Основная литература: 1. Статистика: Учебник для студентов вузов / А. П. Зинченко. - 2-е изд., переработ. и доп. М.: Издательство РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, 2013. – 368 с. 2. Практикум по статистике: учебное пособие / А.П. Зинченко, О.Б. Тарасова, А.В. Уколова; Под ред. А.П. Зинченко. – 3-е изд., перераб. и доп.- М.: РГАУ – МСХА имени К. А. Тимирязева, 2013. – 314 с.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			3. Математическая статистика: практикум / О.Б. Тарасова, Е.В. Шайкина, А.Е. Шибалкин, М.В. Кагирова; Под общ. ред. О.Б. Тарасовой. – М.: Изд-во РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, 2014. – 140 с. Дополнительная литература: 1. Добреньков В. И. Методы социологического исследования: учеб. / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко ; МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 767 с. 2. Мазуркин П.М. Статистическая социология: учебное пособие / П. М. Мазуркин. – Йошкар-Ола: Марийский гос. технический ун-т, 2006. – 183 с.	
Б1.В.ДВ.10.1	Мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»		Основная литература: 1. Васильев Г.Н. Медиапланирование: учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2014. 266 с. 2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие. - Екатеринбург: Деловая книга; Москва: Акад. проект, 2009. – 342 с. 3. Ткаченко Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама". - Москва: Юнити-Дана, 2009.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			– 334 с. 4. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие. М.: Дашков и К., 2014. - 332 с. Дополнительная литература: 1. Гундарин М.В. Теория и практика связей собственностью**:** основы медиа-рилейшнз: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности **«**Связи собственностью». - М.: Форум, 2011. 2. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью: учебник. - СПб., 2010. 3. Кузнецов П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии .- М.: Дашков и Ко, 2012. 4. Сибирёва М.В. Реклама в коммуникационном процессе: практикум. – М.: МСХА, 2012. 5. Шарков Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе: учебник: для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью". - Москва: Дашков и К, 2008. – 246 с.	
Б1.В.ДВ.10.2	Мастер-класс «Реклама и СО в некоммерческих организа-		Основная литература:	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
	циях»		1.Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для высших учебных заведений/ В.Ф. Кузнецов. – изд. 3-е испр.и перераб.- М.:Аспект Пресс,2009. – 301 с. 2.Шекова Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций. – СПб: Лань,2004. – 192 с. 3.Юрьева Т.В. Экономика некоммерческих организаций. – М.: Юристъ,2002.-319 с. Дополнительная литература: 1.Азарова Л.В., Иванова К.А., Шарахина Л.В. Особенности связей с общественностью в некоммерческих организациях.- СПб.:Изд-во СПбГЭТУ ЛЭТИ,2011.- 92 с. 2. Вайнер В.Л., Гладких Н.Ю. Некоммерческие организации: эффективная социальная реклама. – М.: Книга и бизнес,2012. – 176 с. 3. Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора и некоммерческих организаций. – М.: изд-во МГУ,1995.-с.182. 4.Залесский В.В. Комментарий к Федеральному закону «О некоммерческих организациях».- М.: Юрайт-М,2001.-263 с. 5. Некоммерческие фонды и организации. Правовые аспекты: особенности создания, управления и ликвидации. Учредительные документы./ Дрокин О.Г., Игнатенко А.А., Изотова С.В. и др. – М.: Информ-изд.дом ФИЛИН,1997.-331 с.	
Б1.В.ДВ.11.1	Мастер-класс «Реклама и СО в агротуризме»		Основная литература: 1.Агротуризм: проблемы и перспективы развития/В.А. Кундиус, В.В. Чермянина, М.Г. Кудинова и др. – Барнаул:Азбука,2011 2.Дурович А.П. Реклама в туризме. – М.: ИНФРА-М,2010	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			3.Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.:ЮНИТИ,2007.- 1045 с. 4.Организация сельского туризма на базе крестьянскоголичного подсобного хозяйства и сельскохозяйственного кооператива: методические рекомендации.- М.: ФГНУ «Росинфомагротех»,2011.- 112 с. 5. Сельский туризм и устойчивое развитие сельских территорий: материалы конгресса-совещания Первого международного форума «Сельский туризм в России»- под общ.ред. В.Г. Савенко. – М.: Росинформагротех,2012 -179 с. Дополнительная литература: 1.Восколович Н.А. Маркетинг туристических услуг. – М.: ЮНИТИ,2009.-206 с. 2.Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. М.: изж.центр «Академия»,2003. 3. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. М.:2008. -384 с. 4.Крутик А.Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. М.:Академия,2007. 5. Методические рекомендации по ведению агротуризма. - Калуга: Ноосфера,2010. 6. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе. – М.:ЮНИТИ-ДАНА,2004. 7. Сарафанова Е.В. Маркетинг в ткризме. – М.: Альфа-М:ИНФРА-М,2007.-239 с. 8. Скарамага В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве. – М.:Финансы и статистика,2007.-186 с. 9. Социально-трудовая сфера российского сеа: проблемы и пу-	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			ти их решения/ под ред. проф. Л.В.Бондаренко. М.: 2006.- 221 с. 10. Шилова С.Г., Терехова Н.Я., Образцова О.Ю., Буйволова М.И., Васильева Н.А. Зеленый дом: методическое пособие по организации сельского туризма. Красноярск,2010. – 104 с.	
Б1.В.ДВ.11.2	Мастер-класс «Реклама и СО в деятельности структур АПК»		Основная литература: 1. Андреева Н.Н. Организация рекламной деятельности в АПК. - СПб.: Проспект Науки, 2009. - 88 с. 2. Клюкач В.А. Маркетинг в агропромышленном комплексе. - М.: Колос, 2010. - 491 с. 3. Опыт организации и проведения региональных выставок в АПК: научный аналитический обзор / В.Ф. Федоренко и др. – М.: ФГНУ "Росинформагротех", 2008. – 78 с. 4. Управление маркетингом в АПК / под ред. проф. А.В. Пошатаева. – М.: Изд-во РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2011. - 278 с. Дополнительная литература: 1. Лукьянов С.Н. Выставки животных от А до Я.- М.: ООО «МЭЙЛЕР», 2012. 2. Землянский А.А. Рынки информации в АПК: Монография / А.А. Землянский. М.: Изд-во РГАУ – МСХА, 2014. ЭБС	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева. 3. Москалев М.В., Стрельцов В.А. Маркетинговые исследования аграрного рынка: учебное пособие. – М.: ФГОУ РосАКО АПК», 2005. 4. Организация информационно-консультационной службы в АПК (под ред. Ю. И. Клименко). Учебное пособие. - М.: Издательство МСХА, 2000. 5. Организация и функционирование информационно-консультационной службы для сельских товаропроизводителей (под ред. В. М. Кошелева). Учебное пособие. - М.: Издательство МСХА, 2000. 6. Семенова Е.И. Агропромышленный маркетинг. - М.: РГАЗУ, 2000. - 280 с. 7. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие. – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008. 8. PR-служба компании Теория и практика связей с общественностью / А.В. Кочеткова и др. – М.: 2009. - 240 с.	
Б1.В.ДВ.12.1	Технологии управления общественным мнением		Основная литература: 1. Васильева М.М. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ [Текст] : учебник / Васильева М.М. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2014. - 495 с. [http://www.biblio-	ЭБС

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			online.ru/thematic/?id=urait.content.AFDC5C0D-ECE8-4654-9C64-C7C83EB2FF32&type=c_pub]	
			2. Рожков И.Я. БРЕНДИНГ [Текст] : учебник для бакалавров / Рожков И.Я. - М. : Издательство Юрайт, 2014. - 331 с. [http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.7AF44AAA-5679-4D62-9E95-E4725CC07EF9&type=c_pub]	ЭБС
			3. Сальникова Л.С. РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ [Текст] : учебник и практикум / Сальникова Л.С. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 303 с. [http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.B869B608-0625-4BEC-A9DD-FC58BF8AF118&type=c_pub]	ЭБС
			4. Поляков В.А. РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА [Текст] : учебник и практикум / Поляков В.А., Романов А.А. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 502 с. [http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.033B5D7D-5652-4B4E-8900-5EA41D350E2A&type=c_pub].	ЭБС
			5. Синяева И.М. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ [Текст] : учебник для бакалавров / Синяева И.М., Романенкова О.Н. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 552 с. [http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.3C2BCD46-B90B-46FE-9717-B9F4CDB51EAA&type=c_pub].	ЭБС

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Дополнительная литература: 1. Шарков Ф.И. Политический консалтинг (специализация курса "Консалтинг в связях с общественностью") [Текст] : учебное пособие: [для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью"] / Ф.И. Шарков. - 4-е изд. - Москва : Дашков и Ко, 2008. - 458 с. 2. Шомели Ж. Связи с общественностью [Текст] = Les relations publiques : [Пер. с фр.] / Жан Шомели, Денис Уисман. - 9. изд. - СПб. : Нева, 2003. - 122, [1] с. ; 21 см. 3. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиаметрию [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / И. Д. Фомичева. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 155 с. 4. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью [Текст] : практикум: [учебное пособие] / Э.В. Кондратьев ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Пенз. гос. ун-т архитектуры и стр-ва. - Москва : Академический Проект : Трикста, 2006. - 191 с. ; 21. – 5. Синяева, Инга Михайловна. Сфера PR в маркетинге [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений: обучающихся по специальности 080111 "Маркетинг" / И.М. Синяева, В.М. Маслова, В.В. Синяев. - Москва : ЮНИТИ : ЮНИТИ-Дана, 2007. - 383 с. 6. Маслова, В.М. Связи с общественностью в управлении пер-	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			соналом [Текст] : учебное пособие / В.М. Маслова. - 2-е изд. - Москва : Вузовский учебник, 2008. - 206, [1] с. : ил ; 22. 7. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности [Текст] : учебник для студентов вузов, обуч. по экономическим специальностям / Синяева И. М. - 2-е изд., переработ. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 414 с. : ил. - Библиогр.: с. 396. 8. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов по спец. 350400 "Связи с общественностью" / Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин ; Пер. с англ. [В.Н. Егоров], Под ред. Б.Л. Еремина. - М. : Юнити-Дана, 2003. - 400 с. : ил ; 21. 9. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге [Текст] : коммуникации и воздействие, технологии и психология: учебное пособие по специальности "Связи с общественностью" / М. Р. Душкина. - Москва : Питер, 2010. - 506 с. 10. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Текст] : учебное пособие: для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К : Альтехсофт "Издательство Шаркова", 2014. - 332, [1] с. ; 21.	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
Б1.В.ДВ.12.2	Корпоративная культура		Основная литература: 1. Колесников А.В. Корпоративная культура: Учебник. – М.: Юрайт, 2017. ЭБС ЮРАЙТ. 2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теории и технологии. – М.: Аспект пресс, 2008. 3. Папкова О.В. Деловые коммуникации: Учебник. – М.: Инфра М, 2014. Дополнительная литература: 1.Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. – М.: Дашков и К, 2012. ЭБС. 2.Коноваленко М.Ю, Коноваленко В.А. Теория коммуникации. 2-е изд.: Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2016 г. [ЭБС]. 3.Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации. – М.: Инфра, 2013. 4.Персикова Т.Н. Корпоративная культура: Учебник. – М,: Логос, 2015. ЭБС. 5.Смирнова В.Г. Организационная культура: Учебник. - М.: Юрайт, 2017. ЭБС ЮРАЙТ	ЭБС
Б1.В.ДВ.13.1	Реклама и СО в сфере политики государственного строительства		Основная литература: 1. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов. - Москва : Аспект Пресс, 2010. – 286с. 2. Теория и практика связей с общественностью: учебник для	15

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			студентов вузов : Питер, 2009. 240 с.	
			3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов. Допущено УМО вузов РФ. - Москва : Аспект Пресс, 2014. 157с.	20
			4. Чумиков А.Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для студентов высших учебных заведений. Допущено УМО вузов РФ. - Москва : ИНФРА-М, 2015. 327с.	15
			5. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: учебное пособие для студентов вузов. Допущено УМО. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 172 с.	18
			Дополнительная литература:	
			1. Бугаева И.В., Ушакова К.М. Теория и практика связей с общественностью: работа с текстами. – М.: РГАУ-МСХА, 2012.-135с.	30
			2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2008. – 301 с.	25
			3. Минаева Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов. - Москва : Аспект Пресс, 2010. – 286с.	20
			4. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов. Допущено УМО вузов РФ / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2014. – 157с.	12

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			5. PR : соврем. технологии: учеб. пособие / С.-Петерб. ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права, О-во "Знание" Санкт-Петербурга и Ленингр. обл. ; [С. Л. Бровко и др.]. - Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2008. - 261с.	5
			6. Сальникова Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник и практикум для академического бакалавриата. - Москва : Юрайт, 2015. - 303 с.	18
			7. Ильин А.С. Теория и практика связей с общественностью: курс лекций / А. С. Ильин. - Москва : КноРус, 2009. – 207с.	12
			8. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: Учебник. -М.: Дашков и Ко,2012.-424с.	15
			9. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие: для студентов вузов. - Москва : Дашков и К : Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2014. – 332с.	20
			10. Шарков Ф. И. Политический консалтинг : учебное пособие. - Москва : Дашков и Ко, 2008. - 458 с.	8
Б1.В.ДВ.13.2	Реклама и СО в социальной сфере		Основная литература: 1. Данилов В.А. Связи с общественностью в социальной сфере: учебное пособие. - Москва : РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2016.	25
			2. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: теория и практика: учебное пособие для студ. вузов. - М. : Аспект Пресс,	10

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			2008. 3. Социальная реклама : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - Москва : ЮНИТИ, 2009. 4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие: для студентов вузов. - Москва: Дашков и К : Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2014. Дополнительная литература: 1. Барлина Е.Ю., Гаврилова О.А. Фандрайзинг как антикризисный способ привлечения ресурсов для реализации некоммерческих проектов [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/22530953.pdf 2. Дутов И.С. Фонд как организационно- правовая форма некоммерческих организаций [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/89966409.pdf 3. О некоммерческих организациях / Российская Федерация. - М. : Омега-Л, 2005 4. Чепурко Ю. А., Ратнер С.В. Международный фандрайзинг как эффективная модель финансирования образования и науки [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/21930825.pdf 5. Шапиро С.В. Связи с общественностью в деятельности благотворительных организаций [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/60290963.pdf 6 . Фандрайзинг в благотворительных организациях [Элек-	15 20 ЭБС elibrary.ru elibrary.ru elibrary.ru

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			тронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/71557443.pdf 7. Фандрайзинг как средство развития современного любительского творчества [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/46181771.pdf 8. Фандрайзинг как механизм привлечения внебюджетных источников финансирования автономных автономных образовательных учреждений [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elibrary.ru/download/54531381.pdf	elibrary.ru elibrary.ru
Б1.В.ДВ.14.1	Основы дизайна и цифровой графики			
Б1.В.ДВ.14.2	Основы фоторепортажа		Основная литература: 1. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала. М.: Аспект Пресс, 2008. 2. Мжельская Е.Л. Фоторедактирование: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2013. – 169 с. ЭБС НЭБ 3. Никитенко А.А. Основы медиажурналистики. – Новосибирск: Новосибирский гос. Технический университет, 2012. ЭБС НЭБ. Дополнительная литература: 1. Правовые и этические нормы в журналистике / Сост.: Ю.Е.Прохоров.2-е изд. М.: Аспект-Пресс, 2007. 2. Морриш Д. Издание журнала: от идеи до воплощения /	ЭБС НЭБ

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Пер. с англ. Д.В.Ковалевой, Е.М. Фатьяновой. М.: Издательский дом "Университетская книга", 2008.	
Б2	**Практики**			
Б2.У	Учебная практика			
Б2.У.1	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		Основная литература: 1.Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М., 2009. НЭБ. РФ 2.Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017. ЭБС Юрайт. ЭБС Юрайт. 3.Чумиков А.Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2015. Дополнительная литература: 1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации. 2. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ» № 160-ФЗ от 13.01.1995. 3. Федеральный закон РФ «О рекламе» № 231-ФЗ от 18.12.2006 4. Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124-ФЗ от 27.12.1991 (действующая редакция от 01.09.2013). 5. Постановление Правительства Москвы от 22 февраля 2011 года №45-ПП «О Департаменте средств мас-	НЭБ ЭБС ЮРАЙТ

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			совой информации и рекламы города Москвы».	
Б2.У.2	Основы интегрированных коммуникаций		Основная литература: 1. Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М., 2009. НЭБ. РФ 2.Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017. ЭБС Юрайт. ЭБС Юрайт. 3.Чумиков А.Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2015. Дополнительная литература: 1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации. 2. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ» № 160-ФЗ от 13.01.1995. 3.Федеральный закон РФ «О рекламе» № 231-ФЗ от 18.12.2006 4.Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124-ФЗ от 27.12.1991 (действующая редакция от 01.09.2013). 5. Постановление Правительства Москвы от 22 февраля 2011 года №45-ПП «О Департаменте средств массовой информации и рекламы города Москвы».	НЭБ ЭБС ЮРАЙТ
Б2.П	Производственная практика			
Б2.П.1	Производственная практика по получению профессио-		Основная литература:	

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
	нальных умений и опыта профессиональной деятельности		1.Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М., 2009. НЭБ. РФ 2.Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017. ЭБС Юрайт. ЭБС Юрайт. 3.Чумиков А.Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2015 Дополнительная литература: 1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации. 2. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ» № 160-ФЗ от 13.01.1995. 3.Федеральный закон РФ «О рекламе» № 231-ФЗ от 18.12.2006 4.Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124-ФЗ от 27.12.1991 (действующая редакция от 01.09.2013). 5. Постановление Правительства Москвы от 22 февраля 2011 года №45-ПП «О Департаменте средств массовой информации и рекламы города Москвы».	НЭБ ЭБС ЮРАЙТ
Б2.П.2	Научно-исследовательская работа		Основная литература: 1.Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М., 2009 НЭБ.РФ. 2.Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017. ЭБС Юрайт. 3.Чумиков А.Н. Государственный PR. Связи с общественно-	НЭБ ЭБР ЮРАЙТ

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			стью для государственных организаций и проектов: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2015. Дополнительная литература: 1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации. 2. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ» № 160-ФЗ от 13.01.1995. 3. Федеральный закон РФ «О рекламе» № 231-ФЗ от 18.12.2006 4. Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124-ФЗ от 27.12.1991 (действующая редакция от 01.09.2013). 5. Постановление Правительства Москвы от 22 февраля 2011 года №45-ПП «О Департаменте средств массовой информации и рекламы города Москвы».	
Б2.П.3	Преддипломная практика		Основная литература: 1.Варакута С.А. Связи с общественностью: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М., 2009. НЭБ. РФ 2.Рожков И.Я. Брендинг: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2017. ЭБС Юрайт. ЭБС Юрайт. 3.Чумиков А.Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2015	НЭБ ЭБС ЮРАЙТ

№ п/п	Наименование дисциплин, разделов по учебному плану	Количество студентов, изучающих дисциплину	Обеспечение студентов учебной литературой, по дисциплине в качестве обязательной	
			перечень и реквизиты литературы (автор, название, место издания и год)	кол-во экз.
			Дополнительная литература: 1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации. 2. Федеральный закон РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ» № 160-ФЗ от 13.01.1995. 3.Федеральный закон РФ «О рекламе» № 231-ФЗ от 18.12.2006 4.Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124-ФЗ от 27.12.1991 (действующая редакция от 01.09.2013). 5. Постановление Правительства Москвы от 22 февраля 2011 года №45-ПП «О Департаменте средств массовой информации и рекламы города Москвы».	
Б3.Г.1	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена			
Б3.Г.2	Защита выпускной квалификационной работы , включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты			
ФТД	Факультативы			
ФТД.1	Социальные медиа			
ФТД.2	Социальная блогосфера			

Приложение Г

Сведения об обеспеченности образовательного процесса специализированными лабораториями

	Наименование дисциплин, в соответствии с учебным планом	Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр. (включая филиалы кафедры)*	Краткий перечень основного оборудования**
1	2	3	4
1	Философия	1 корп.	
2	История	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
3	Иностранный язык	Медиатека, лингафонные кабинеты 220, 221, 112, 222, Лингва	Лингафонные кабинеты, теле- и видеооборудование
4	Русский язык и культура речи	6 корп. 248 ауд.	
5	Культурология	12 корп. 314 ауд.,	Компьютер, проектор
6	Психология	12 корп. 314 ауд.	
7	Социология	12 корп. 314 ауд.	
8	Экономика	3 корп. 103 ауд.	
9	Математика и статистика	12 корп., 214 ауд.	
10	Компьютерные технологии и информатика	компьютерные классы УИТ 103, 104 12 корп.	Компьютер, проектор
11	Безопасность жизнедеятельности	1 корп.	
12	Основы теории коммуникации	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
13	Социология массовых коммуникаций	6 корп., 248 ауд	
14	Психология массовых коммуникаций	6 корп., 249 ауд.	
15	Теория и практика массовой информации	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
16	Основы интегрированных коммуникаций: основы связей с общественностью	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
17	Философия	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
18	История	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
19	Иностранный язык	Медиатека, лингафонные кабинеты 220, 221, 112, 222, Лингва	Лингафонные кабинеты, теле- и видеооборудование

20	Основы менеджмента	1 корп.	
21	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
22	Основы маркетинга	1 корп.	
23	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	1 корп.	
25	Брендинг	6 корп., 248 ауд	
25	Пресс-служба	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
26	Технологии рекламы и связей с общественностью	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
27	Основы медиапланирования	6 корп., 251 ауд	
28	Стилистика и литературное редактирование	6 корп., 248 ауд.	
43	Методы социальных исследований	1 корп.	Компьютер, проектор
44	Переговорный процесс	6 корп., 251 ауд	
45	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	6 корп., 249 ауд.	
46	Государственное и общественное планирование рекламно- информационной деятельности	6 корп., 248 ауд.	
47	История и актуальные проблемы журналистики	6 корп., 249 ауд.	
48	Иностранный язык профессионального общения	Медиатека, лингафонные кабинеты 220, 221, 112, 222, Лингва	Лингафонные кабинеты, теле- и видеооборудование
49	Работа с текстами в рекламе и СО		
50	Основы репутационного менеджмента	6 корп., 249 ауд.	
51	Профессиональная этика и бизнес - этикет в рекламе и СО	6 корп., 248 ауд	
52	Брендинг территорий	6 корп., 251 ауд.	
53	Физическая культура и спорт	Спортивный комплекс, бассейн	
54	Иностранный язык (2)	Медиатека, лингафонные кабинеты 220, 221, 112, 222, Лингва	Лингафонные кабинеты, теле- и видеооборудование
55	История русской литературы	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор

56	История зарубежной литературы	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
57	Логика и теория аргументации	6 корп. 249 ауд.	
58	Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в сфере рекламы и связи с общественностью	12 корп. 316 ауд.	
59	Концепция современного естествознания	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
60	Элективные курсы по физической культуре и спорту	Спортивный комплекс, бассейн	
61	Основы государства и права РФ	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
62	Основы социального государства	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
63	Современные международные отношения	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
64	Геополитика	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
65	Конфликтология	6 корп., 249 ауд.	
66	Психология делового общения	12 корп. 314 ауд.,	
67	Религиоведение	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
68	Основы православной культуры	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
69	Ведение деловой документации	6 корп. 249 ауд.	
70	Риторика	6 корп., 248 ауд	
71	Правовые основы PR и рекламы	6 корп. 249 ауд.	
72	Юридические основы авторских прав	6 корп. 251 ауд.	
73	Правовое регулирование земельных отношений	6 корп. 249 ауд.	
74	Государственная политика	12 корп. 314 ауд.,	Компьютер, проектор
75	Автоматизированные системы и базы данных в СО	12 корп. 111, 112 компьютерные классы	персональные компьютеры
76	Информационные технологии в рекламе и СО	12 корп. 111, 112 компьютерные классы	персональные компьютеры
77	Информационные технологии в медиапланировании (Бюджет)	12 корп. 111, 112 компьютерные классы	персональные компьютеры
78	Статистика в социологии	12 корп. 316 ауд.	
79	Мастер - класс "Проектирование в	6 корп., 248 ауд.	

	рекламе и связях с общественностью»		
80	Мастер- класс "Реклама и СО в некоммерческих организациях"	6 корп., 248 ауд	
81	Мастер - класс "Реклама и СО в агротуризме"	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
82	Мастер - класс "Реклама и СО в деятельности структур АПК"	6 корп. 250 ауд., мультимедийная аудитория	Компьютер, проектор
83	Технологии управления общественным мнением	6 корп., 248 ауд	
84	Корпоративная культура	6 корп. 251 ауд.	
85	Конфликтология	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
86	Психология делового общения	6 корп., 248 ауд	
94	Государственная политика	12 корп. 314 ауд., 6 корп. 252 ауд.	Компьютер, проектор
105	Реклама и СО в сфере политики и государственного строительства	6 корп. 251 ауд.	
106	Реклама и СО в социальной сфере	6 корп. 249 ауд.	
107	Основы дизайна и цифровой графики	компьютерные классы УИТ 103, 104 12 корп.	Компьютер, проектор
108	Основы фоторепортажа	6 корп. 249 ауд.	