

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

16 июня 2022 г., протокол УС №6

**МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
ДИСЦИПЛИН**
**Основы проектирования в профессиональной
деятельности**
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии	
Учебный план	b420301-ССО-22-2.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: экзамены 4
в том числе:		
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	44	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

PhD, Зав.к., Родермель Т.А. ;Ст. пед. доп. обр., Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Основы проектирования в профессиональной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 16.06.2022 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой *Родермель Т.А*

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	развивать способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, а также отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; сформировать навыки использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов; умений осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы связей с общественностью
2.1.2	Основы теории коммуникации
2.1.3	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.1.4	Введение в профессиональную деятельность
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы предпринимательской деятельности
2.2.2	Основы проектной деятельности
2.2.3	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)
2.2.4	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.2.5	Психология общения и принципы ведения переговоров
2.2.6	Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью
2.2.7	Спонсоринг и фандрайзинг
2.2.8	Производственная практика, научно-исследовательская работа

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; принципы социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; основы проектирования в профессиональной деятельности
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать в работе современные приемы в рекламе и связях с общественностью; применять в работе современные приемы рекламной деятельности; учитывать основные характеристики целевой аудитории; ориентироваться в современной информационной среде, руководствуясь принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий
3.3	Владеть:
3.3.1	этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом; разработкой рекламной продукции и создавать тексты для рекламных кампаний

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при проектировании своей профессиональной деятельности					
1.1	Инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий для проектирования /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
1.2	Формы и приемы поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
1.3	Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при проектировании своей профессиональной деятельности	4	12	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
	Раздел 2. Основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных					
2.1	Основные характеристики целевой аудитории при проектировании своей профессиональной деятельности	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
2.2	Создание текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
2.3	Основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных	4	10	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
	Раздел 3. Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью					
3.1	Проектирование в профессиональной деятельности информационной среды, руководствуясь принципами социальной ответственности /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
3.2	Современные приемы в рекламе и связях с общественностью /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
3.3	Отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью	4	10	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
	Раздел 4. Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов при проектировании своей профессиональной					
4.1	Создание текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов /Лек/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
4.2	Этические нормы, принятые профессиональным сообществом рекламщиков в работе с рекламными текстами /Пр/	4	8	ОПК-4.2 ОПК-7.2		

4.3	Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов при проектировании своей профессиональной деятельности /Ср/	4	12	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
Раздел 5.						
5.1	/Контр.раб./	4	36	ОПК-4.2 ОПК-7.2		
5.2	/Экзамен/	4	0	ОПК-4.2 ОПК-7.2		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Приложение 1

5.2. Темы письменных работ

Приложение 1

5.3. Фонд оценочных средств

Приложение 1

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1 | Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1 | СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/6.3.2.2 | СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 | Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. При проведении лекционных занятий в аудитории используется интерактивное оборудование (компьютер, мультимедийный проектор).