

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
ФИО: Косенок Сергей Михайлович "Сургутский государственный университет"
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:25:44
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

13 июня 2024г., протокол УМС №5

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

Введение в профессиональную деятельность рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**
Учебный план б420301-ССО-24-1.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **1,5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 54
в том числе: Виды контроля в семестрах:
аудиторные занятия 32 зачеты 1
самостоятельная работа 22

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	17	4/6		
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	22	22	22	22
Итого	54	54	54	54

Программу составил(и):

к.филос.н., Зав.к., Родермель Т.А. ;ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Введение в профессиональную деятельность

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 13.06.2024 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к.филос.н., Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогли бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью»;
1.2	развитие интереса к будущей профессии, умение планировать свой профессиональный рост, определять актуальные ресурсы профессионального развития; получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
1.3	получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы;
1.4	формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли, умения оценивать требования рынка и образовательных услуг в сфере собственного профессионального роста.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	курсы школьных дисциплин: русский язык и обществознание
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Мировой опыт художественной культуры в рекламе и связях с общественностью
2.2.2	Основы связей с общественностью
2.2.3	Основы связей с общественностью
2.2.4	Основы теории коммуникации
2.2.5	Теория и практика рекламы
2.2.6	Теория и практика массовой информации
2.2.7	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.2.8	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (бизнес-планирование)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
УК-6.1: Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения
УК-6.2: Оценивает требования рынка труда и образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	цели и задачи профессиональной деятельности, задачи профессионального роста и долгосрочного планирования в развитии профессии;
3.1.2	ключевые понятия и базовые технологии;
3.1.3	основные сведения по истории рекламы и PR;
3.1.4	особенности современного этапа развития этой области профессиональной деятельности.
3.2	Уметь:
3.2.1	выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке;
3.2.2	анализировать рекламные и PR-кампании на предмет их соответствия основным этическим нормам рекламной и PR-деятельности;
3.2.3	определять соответствие аудитории и канала коммуникации;
3.2.4	выстраивать траекторию собственного профессионального роста.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Связи с общественностью					
1.1	Специалист в области современных коммуникаций /Лек/	1	2	УК-6.1	Л1.1 Л1.3Л2.1Л3.1	
1.2	Специалист в области современных коммуникаций /Пр/	1	2	УК-6.1	Л1.2Л2.1Л3.1	
1.3	Специалист в области современных коммуникаций /Ср/	1	2	УК-6.1	Л1.1Л2.1Л3.1	
1.4	Коммуникационные практики и каналы коммуникации /Лек/	1	2	УК-6.1	Л1.3Л2.1Л3.1	
1.5	Коммуникационные практики и каналы коммуникации /Пр/	1	2	УК-6.1	Л1.1Л2.1Л3.1	
1.6	Коммуникационные практики и каналы коммуникации /Ср/	1	2	УК-6.1	Л1.2Л2.1Л3.1	
1.7	Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций /Лек/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.1	
1.8	Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций /Пр/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3.1	
1.9	Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций /Ср/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.1	
	Раздел 2. Реклама					
2.1	Реклама как маркетинговая коммуникация. /Лек/	1	1	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3.1	
2.2	Реклама как маркетинговая коммуникация. /Пр/	1	1	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3.1	
2.3	Реклама как маркетинговая коммуникация. /Ср/	1	2	УК-6.2	Л1.1Л2.1Л3.1	
2.4	Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок /Лек/	1	1	УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.1	
2.5	Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок /Пр/	1	1	УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.1	
2.6	Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок /Ср/	1	2	УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.1	
2.7	Реклама как социокультурная технология. /Лек/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.2	
2.8	Реклама как социокультурная технология. /Пр/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.2	
2.9	Реклама как социокультурная технология. /Ср/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.2	
2.10	Социокультурные и экономические корни рекламы. Основные этапы генезиса рекламы. /Лек/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.2	
2.11	Социокультурные и экономические корни рекламы. Основные этапы генезиса рекламы. /Пр/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.2	
2.12	Социокультурные и экономические корни рекламы. Основные этапы генезиса рекламы. /Ср/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.2	
2.13	Основные этапы и специфика развития рекламы в России /Лек/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.2	
2.14	Основные этапы и специфика развития рекламы в России /Пр/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.2	
2.15	Основные этапы и специфика развития рекламы в России /Ср/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.2	
	Раздел 3. Диджитал					
3.1	Интернет: технологии и социальный конструктивизм /Лек/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	

3.2	Интернет: технологии и социальный конструктивизм /Пр/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.3	Интернет: технологии и социальный конструктивизм /Ср/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.4	Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека /Лек/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.5	Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека /Пр/	1	2	УК-6.1 УК-6.2	Л1.2Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.6	Новые медиа: осмысление понятия, влияние на общество и человека /Ср/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.7	Социальные сети и PR. Репутация. Интернет-реклама. /Лек/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.8	Социальные сети и PR. Репутация. Интернет-реклама. /Пр/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.9	Социальные сети и PR. Репутация. Интернет-реклама. /Ср/	1	1	УК-6.1 УК-6.2	Л1.3Л2.1Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4	
3.10	/Контр.раб./	1	2		Л3.1	
3.11	/Зачёт/	1	2			

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л1.2	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.3	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2020, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

ЛЗ.1	Мамкина Т. М., Плеханова Н. П., Ганеева Л. Д.	Подготовка социальных проектов, курсовых и дипломных работ по программе бакалавриата "Реклама и связи с общественностью": учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2018	30
ЛЗ.2	Мальков М. Н.	Введение в профессиональную деятельность: методические рекомендации	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Документальное кино «Digital Nation» http://video.pbs.org/video/1402987791/ .
Э2	Информационные интеллектуальные сети и Семантический Веб http://habrahabr.ru/post/116574/
Э3	Тим Бернерс-Ли о следующем поколении Сети http://www.ted.com/talks/tim_berners_lee_on_the_next_web.html
Э4	Просьюмеры – «живые медиа» http://www.pertsiya.com/page.php?id=453

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	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.
-----	---