

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и социально-гуманитарных наук

Кафедра философии и социальной коммуникации



Е.М. Бобкова

2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.О.08 «Введение в профессиональную деятельность»

на 2023/2024 учебный год

Направление

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль

Общий

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

ГОД НАБОРА 2023

Тирасполь 2023г.

Рабочая программа дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана), профиль общий.

Составитель рабочей программы

Преподаватель



Е.Н. Алексеева

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры философии и социальной коммуникации

«6» сентября 2023 г. протокол № 1

Зав. выпускающей кафедрой

«6» сентября 2023г.



Н.А. Грошовкина

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» являются: формирование начальных знаний и базовых представлений, которые помогут на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью, а так же развить интерес к будущей профессии, получить системное представление о современном состоянии отрасли, технологиях, организационных структурах, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике рекламы, сформировать базовые представления об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

Задачами освоения дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» являются:

- формирование знаний о рекламной деятельности и связей с общественностью;
- получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
- 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;
- формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Обязательная часть Б1.О.08

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций, приведенных в таблице ниже

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения		
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД ук-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. ИД ук-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности ИД ук-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы	ИД ук-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм

	их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД ук-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. ИД ук-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД ук-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения. ИД ук-3.2. Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия, в том числе с различными организациями
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье и бережливость)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД ук-6.1. Оценивает личностные ресурсы по достижению целей саморазвития и управления своим временем на основе принципов образования в течение всей жизни. ИД ук-6.2. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при реализации траектории саморазвития.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоемк ость, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. зан		
I	23.е /72ч	36	18	-	18	36	Зачет
Итого:	23.е /72ч	36	18	-	18	36	

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			СР
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Раздел 1. Паблик рилейшнз: сущность, цели, задачи	38	10	10	-	18
2	Раздел 2. Основы деятельности по обеспечению связей с общественностью	34	8	8	-	18
Итого:		72	18	18		36

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности:

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
Раздел 1. Паблик рилейшнз: сущность, цели, задачи				
1	1	2	Социально-исторические условия становления паблик рилейшнз как профессионального вида деятельности. 1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. 2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. 3. Основные профессиональные термины и понятия, принципы, классификация услуг.	КЛ
2		2	Теоретические основы PR. 1. Понятие PR. Определения PR. Цели и задачи PR-деятельности. 2. Реклама и PR: сходство и различие. 3. Модель организации PR-деятельности. 4.Структура PR-агентства. Специфика PR-подразделений в коммерческих структурах.	КЛ
3		2	Основные виды и формы в PR-деятельности. 1. Виды рекламы. Функции рекламы. Реклама как средство передачи информации. 2.Образовательный аспект рекламы. 3. Влияние рекламы на торговлю и экономику (макро - и микроэкономике). 4.Определение и значение основных участников рекламного процесса. Рекламодатель. Виды рекламодателей. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Потребитель рекламы. Понятие целевой аудитории.	КЛ
4		2	Рекламное сообщение: содержание, форма, структура. Эффективность рекламы 1.Схема рекламной коммуникации и ее участники – источник, отправитель, канал, код, шум. 2.Этапы создания рекламного сообщения. 3.Структура рекламного сообщения. Индикаторы внимания в рекламном сообщении. 4.Рекламный текст. Характеристика его отдельных элементов. Изображение в рекламном сообщении. Техники передачи изображения. Особенности выбора шрифта. Звучание в рекламном сообщении, его отдельные элементы.	КЛ
5		2	Профессиональные и личностные качества ПР-специалиста. 1. Профессиональные качества ПР-специалиста, понятия: харизма, авторитет, компетентность, репутация. 2 Личностные качества пиармена. 3. Специфические управленческие способности PR-специалиста.	КЛ
Итого по разделу часов:		10		
Раздел 2. Основы деятельности по обеспечению связей с общественностью				

1	2	2	Основные направления услуг в сфере связей с общественностью. 1: Public affairs, Corporate affairs, Image making, Media relations. 2. Employee communications, Public involvement, Investor relations, Consumer relations, Special events. 3.Crisis communications, Message management, Communication consulting, пресс-посредничество.	КЛ
2		2	Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью 1.Особенности правового регулирования Public Relations и специфика регулирования общественных связей.2.Основные тенденции и проблематика регулирования деятельности современных связей с общественностью	КЛ
3		2	Основные организационные структуры в системе связей с общественностью. 1.Современные организационные структуры связей с общественностью в России. 2. Основы развития теоретических и методологических аспектов связей с общественностью. 3.Основные тенденции и характеристики состояния и перспектив российских связей с общественностью	КЛ
4		2	Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения 1. Понятие общественного мнения. Роль Public Relations в формировании и коррекции общественного мнения. 2. Манипулятивные технологии в создании общественного мнения. 3.Уровни, этапы и механизмы формирования общественного мнения	КЛ
Итого по разделу часов:		8		
Итого:		18		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
Раздел 1. Паблик рилейшнз: сущность, цели, задачи				
1	1	2	Социально-исторические условия становления паблик рилейшнз как профессионального вида деятельности. 1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса. 2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. 3. Основные профессиональные термины и понятия, принципы, классификация услуг.	КЗ
2		2	Теоретические основы PR.	КЗ

			1. Понятие PR. Определения PR. Цели и задачи PR-деятельности. 2. Реклама и PR: сходство и различие. 3. Модель организации PR-деятельности. 4. Структура PR-агентства. Специфика PR-подразделений в коммерческих структурах.	
3		2	Основные виды и формы в PR-деятельности. 1. Виды рекламы. Функции рекламы. Реклама как средство передачи информации. 2. Образовательный аспект рекламы. 3. Влияние рекламы на торговлю и экономику (макро - и микроэкономике). 4. Определение и значение основных участников рекламного процесса. Рекламодатель. Виды рекламодателей. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Потребитель рекламы. Понятие целевой аудитории.	КЗ
4		2	Рекламное сообщение: содержание, форма, структура. Эффективность рекламы 1. Схема рекламной коммуникации и ее участники – источник, отправитель, канал, код, шум. 2. Этапы создания рекламного сообщения. 3. Структура рекламного сообщения. Индикаторы внимания в рекламном сообщении. 4. Рекламный текст. Характеристика его отдельных элементов. Изображение в рекламном сообщении. Техники передачи изображения. Особенности выбора шрифта. Звучание в рекламном сообщении, его отдельные элементы.	КЗ
5		2	Профессиональные и личностные качества ПР-специалиста. 1. Профессиональные качества ПР-специалиста, понятия: харизма, авторитет, компетентность, репутация. 2. Личностные качества пиармена. 3. Специфические управленческие способности PR-специалиста.	КЗ
Итого по разделу часов:		10		
Раздел 2. Основы деятельности по обеспечению связей с общественностью				
1	2	2	Основные направления услуг в сфере связей с общественностью. 1: Public affairs, Corporate affairs, Image making, Media relations. 2. Employee communications, Public involvement, Investor relations, Consumer relations, Special events. 3. Crisis communications, Message management, Communication consulting, пресс-посредничество.	КЗ
2		2	Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью 1. Особенности правового регулирования Public Relations и специфика регулирования общественных связей. 2. Основные тенденции и проблематика регулирования деятельности современных связей с общественностью	КЗ

3		2	Основные организационные структуры в системе связей с общественностью. 1.Современные организационные структуры связей с общественностью в России. 2. Основы развития теоретических и методологических аспектов связей с общественностью. 3.Основные тенденции и характеристики состояния и перспектив российских связей с общественностью	КЗ
4		2	Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения 1. Понятие общественного мнения. Роль Public Relations в формировании и коррекции общественного мнения. 2. Манипулятивные технологии в создании общественного мнения. 3.Уровни, этапы и механизмы формирования общественного мнения	КЗ
Итого по разделу часов:		8		
Итого:		18		

Самостоятельная работа обучающегося

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид самостоятельной работы обучающегося	Трудоемкость (в часах)
1	1	Основные виды и формы в PR-деятельности. Вид работы: подготовка презентации	10
	2	Профессиональные и личностные качества ПР-специалиста. Вид работы: доклад	8
Итого по разделу часов:			18
2	3	Основные направления услуг в сфере связей с общественностью Вид работы: доклад	8
	4	Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения Вид работы: подготовка презентации	10
Итого по разделу часов:			18
ИТОГО:			36

5.Примерная тематика курсовых проектов (работ) - не предусмотрена

6.Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Ко-во экземпляров	Электронная версия	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1	Основы рекламы и связей с	О.В. Шиняева	2022	-	есть	moodle.spsu.ru

	общественность: учебно-методическое пособие					
2	Теория и практика рекламы и связей с общественностью: учебное пособие	В.В. Тулупова	2022	-	есть	moodle.spsu.ru
3	Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты: учебно-методическое пособие	А.Н. Фортунатов	2022	-	есть	moodle.spsu.ru
Дополнительная литература						
1	Связи с общественностью и реклама в управлении персоналом: учебное пособие	В.А. Барезhev	2021	-	есть	moodle.spsu.ru
2	Реклама: управленческий аспект: учебное пособие	Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова	2015	-	есть	moodle.spsu.ru
Итого по дисциплине: 100 % электронных						

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. К числу основных баз данных, информационных систем, используемых в процессе освоения дисциплины «Введение в профессиональную деятельность», относятся:

1. <https://znanium.ru/> – электронно-библиотечная система

2. <https://cyberleninka.ru/> - научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний.

3. <https://elibrary.ru/> – крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и анализа научной информации. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ) - созданным по заказу Минобрнауки РФ бесплатным общедоступным инструментом измерения публикационной активности ученых и организаций. eLIBRARY.RU и РИНЦ разработаны и поддерживаются компанией "Научная электронная библиотека".

4. <https://e.lanbook.com/> – электронная библиотека лицензионной учебной и профессиональной литературы, предоставляющая доступ к учебникам, пособиям, монографиям, научным журналам

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

Комбинированный формат проведения учебных занятий включает контактную работу обучающихся с преподавателями в аудитории и работу обучающихся и работу обучающихся с преподавателями дистанционно в режимах онлайн (online) и офлайн (offline) с использованием образовательного портала «Электронный университет ПГУ» (Moodle); платформ видеоконференций – Zoom и др.; возможности мессенджеров – Viber, Skype и др., а так же проведение работы посредством групповой электронной почты обучающихся и электронной почты преподавателей.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория: специализированная мебель.

Аудитория для самостоятельной работы: специализированная мебель, мультимедийная доска с проектором, стационарным экраном, плазменным TV, МФУ, Web камерой, стол для конференций, ксерокс машина, переносным мультимедийным проектором и экраном, ноутбуком; компьютерами – 10 шт., доской-магнитной, наушники с микрофоном – 10шт., акустические системы для воспроизведения информации во время работы в больших аудиториях, чтобы все слушатели могли одинаково воспринимать информацию обеспечен беспроводной доступ в интернет и с указанием перечня основного оборудования и учебно-наглядных пособий: слайды–презентации, стенды, задачки, электронные словари. Список программного обеспечения: Windows 8 PRO 64bit (лицензия от 10.09.2012) MicrosoftOffice 2013 (лицензия от 10.09.2012), GoogleChrome (freeware), Яндекс Браузер (freeware), MozillaFirefox (freeware), AdobeAcrobatReader DC (freeware), VLC media player (freeware).

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Важнейшей стороной любой формы практических занятий являются практические занятия. Как правило, основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание основных видов учебных занятий по изучению данной дисциплины, являются:

лекционное занятие; семинарское занятие; практическое занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая); дискуссия, доклады; научные сообщения и *их обсуждение*. При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий, в том числе проблемного и проблемно-деятельностного обучения.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;
- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение семинарских занятий с более подробным рассмотрением ключевых проблем дисциплины;
- проведение практических занятий с разбором конкретных ситуаций. с целью выработки навыков применения психологических знаний для решения оперативно-служебных задач;

Помимо устного изложения материала в процессе лекций предполагается использовать визуальную поддержку в виде мультимедийных презентаций содержания лекции, отражающих основные тезисы, понятия, схемы, иллюстрации, выдержки из учебных, документальных и художественных фильмов по теме лекции.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущей, предварительной. и промежуточной аттестацией.

Контроль текущей успеваемости обучающихся - текущая аттестация - проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; сформированных у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по их корректировке;

совершенствования методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относится проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях;
- по результатам проведения рубежного контроля уровня усвоения знаний (с помощью тестовых заданий или контрольных вопросов);
- по результатам выполнения обучающимися индивидуальных занятий;
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам качества выполнения практикума;
- по результатам отчета обучающимися в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Обязательным условием является выполнение каждым студентом всех видов внеаудиторных работ в течение семестра.

На итоговом занятии необходимо резюмировать итоги изучения дисциплины в группе.

9. Технологическая карта дисциплины

Курс 1, группа ИГ24ДР62РО семестр 1

Преподаватель – лектор: преп. Алексеева Е.Н.

Преподаватель – ведущий практические занятия: преп. Алексеева Е.Н.

Кафедра: философии и социальной коммуникации

Кредитно-модульная система в ИГУ и СГН не введена.