

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.04**

Введение в коммуникационные специальности

Учебный план: ФГОС3++\_2020-2021\_42.03.01\_ИБК\_ЗАО\_Бренд-менеджмент.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-менеджмент  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	8	8	155	9	5	Экзамен
	РПД	8	8	155	9	5	
Итого	УП	8	8	155	9	5	
	РПД	8	8	155	9	5	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:  
Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций и современных знаний о типах профессиональной деятельности, об особенностях реализации задач профессиональной деятельности.

**1.2 Задачи дисциплины:**

развить исходный уровень общепрофессиональных компетенций;  
дать базовые понятия и сформировать представление о коммуникационной сфере - отдельной сфере общественной и хозяйственной жизни;  
определить специфику и дать представление о спектре профессий в коммуникационной сфере, задать вектор профессионального развития.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</b>
<b>Знать:</b> специфику использования знаковых и медиа систем в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности.
<b>Уметь:</b> применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков.
<b>Владеть:</b> базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.
<b>ОПК-6: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</b>
<b>Знать:</b> особенности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологии используемых в профессиональной сфере.
<b>Уметь:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно коммуникационные технологии и платформы.
<b>Владеть:</b> навыком создания и обработки систематизированной информации для использования в коммуникативной деятельности.
<b>ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</b>
<b>Знать:</b> основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности.
<b>Уметь:</b> использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.
<b>Владеть:</b> навыками оценки возможных эффектов, планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в «введение в специальность» и выбор профессии в коммуникационной сфере	1				
Тема 1. Основы профессиональной подготовки и профессии в рекламе и PR Практическое занятие: Идентичность и профориентация; Основы профессиональной подготовки специалистов в направлении развития эвристического и творческого мышления, становления индивида как субъекта саморазвития		0,5	0,5	15	ИЛ
Тема 2. Место рекламы и СО в структуре образования РФ, институализация рекламы и СО в РФ; Образовательные стандарты РФ Практическое занятие: ориентирование в структуре образование РФ. Подготовка к практическим занятиям: мониторинг и анализ образовательных стандартов РФ		0,5	0,5	15	ГД
Раздел 2. Коммуникационные науки					
Тема 3. Ключевые понятия коммуникационных наук. Информация, коммуникация, массовая информация, медиа.		1		10	ИЛ
Тема 4. Ключевые понятия коммуникационной сферы. Медиа сфера, медиaprостранство, публичность, медиакультура, медиакратия, медиаиндустрия.		1		10	ИЛ
Раздел 3. Коммуникационные специальности					
Тема 5. Коммуникационные специальности в структуре профессиональных стандартов РФ. Практическое занятие: мониторинг и анализ профессиональных стандартов РФ. Подготовка к практическим занятиям: мониторинг и анализ профессиональных стандартов РФ, агрегаторов вакансий.		1	1	20	ГД
Тема 6. Структура специальностей в сфере коммуникаций. Практическое занятие: Мониторинг и анализ вакансий на рынке труда.		1	1	20	ГД
Раздел 4. Современное состояние коммуникационной отрасли					
Тема 7. Коммуникационное агентство. Практическое занятие: мониторинг и анализ деятельности профессиональных коммуникационных агентств.	1	1	20	ГД	

Тема 8. Профессиональные сообщества и ассоциации в сфере коммуникаций. Индустриальные мероприятия в коммуникационной сфере (рекламы и PR). Выставки. Фестивали. Конкурсы. Премии в области рекламы и PR. Международные форумы. Практическое занятие: мониторинг и анализ профессиональных ассоциаций, мероприятий, премий, конкурсов и т.д..	1	2	22	ГД
Тема 9. Тенденции развития профессий в коммуникационной отрасли. Профессиональные информационные ресурсы в коммуникационной сфере, по рекламе и PR. Журналы. Справочники. Порталы и сайты. Практическое занятие: мониторинг и анализ информационных ресурсов. Ориентирование в коммуникационных специальностях. Подготовка к практическим занятиям: составление глоссария - ключевых понятий для специалиста по коммуникациям.	1	2	23	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	8	155	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		6,5	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		18,5	161,5	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-1	характеризует специфику использования знаковых и медиа систем в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности. применяет базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков. анализирует медиатексты, медиа и коммуникационные продукты.	Вопросы устного собеседования Практико-ориентированные задания Тестовые задания
ОПК-6	описывает особенности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологии используемых в профессиональной сфере отбирает для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно коммуникационные технологии и платформы создает и обрабатывает систематизированную информацию для использования в коммуникативной деятельности.	Вопросы устного собеседования Практико-ориентированные задания Тестовые задания
ОПК-7	Описывает основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности. Использует социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Выявляет возможные эффекты, планирования и управления возможными последствиями осуществления профессиональной деятельности.	Вопросы устного собеседования Практико-ориентированные задания

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ полный, стандартный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. В целом ответ демонстрирует качественные знания, основанные на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Современные требования к квалификации коммуникационного персонала.
2	Коммуникационные науки.
3	Медиакультура и медиаиндустрия
4	Медиаполитика и медиакратия
5	Медиасфера и публичная сфера
6	Конвергенция в СМИ
7	Целевая аудитория
8	Атрибуты медиа
9	Информация и коммуникация
10	Что такое медиа?
11	Определение СМИ и их классификация
12	Основные участники рекламной отрасли и их функциональные отличия
13	Саморегулирование в СМИ, рекламе и PR
14	Профессиональные информационные ресурсы по рекламе и PR. Журналы. Справочники. Порталы и сайты.

15	Профессии в сфере реклама и PR.
16	Структура специальностей в сфере коммуникаций.
17	Премии в области рекламы и PR. Международные форумы.
18	Индустриальные мероприятия в сфере рекламы и PR. Выставки. Фестивали. Конкурсы.
19	Что такое Public Relations?
20	Признаки социальных коммуникаций.
21	Классификации коммуникаций
22	Объекты исследований коммуникаций по схеме Гарольда Лассуэлла.
23	Основные определения и понятия сферы коммуникаций.
24	Каковы объект, предмет, цели и задачи курса?
25	Тенденции развития профессий в коммуникационной сфере

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Какие специальности не относятся к коммуникационной сфере:

- а) журналистика
- б) информатика
- в) связи с общественностью
- г) реклама.

2. Базовая трудовая функция профессиональной деятельности по связям с общественностью (основная специализация)

- а) развитие человеческого капитала
- б) личностная самоорганизация
- в) разработка коммуникационной стратегии
- г) управление проектами
- д) организация публичных коммуникаций
- е) все варианты.

3. Назовите главное отличие рекламы от PR:

- а) проводится через средства массовой информации;
- б) ориентирована на привлечение внимания потенциального потребителя услуг;
- в) имеет односторонний характер;
- г) направлена на реализацию товаров и услуг.

4. Исторически определенная система воспроизводства и функционирования медиа в обществе; способствующая формированию материальных и интеллектуальных ценностей, общественного сознания и социализации личности:

- а) демократия
- б) медиакультура
- в) медиакоммуникации
- г) информационное общество.

5. Коммуникация - это процесс взаимодействия, предполагающий ...:

- а) создание новых материальных ценностей;
- б) обмен информацией;
- в) раскрытие смысла жизни;
- г) выявление закономерностей развития мира.

6. Художественно-проектная деятельность, направленная на создание визуальной программы или системы – это:

- а) графический дизайн
- б) граффити
- в) система айдентики
- г) брендинг.

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Назовите и охарактеризуйте процесс привлечения денежных средств или иных ресурсов, необходимых организации для реализации определенного проекта или своей деятельности в целом.

2. Подберите и охарактеризуйте ряд письменных форм информирования СМИ о деятельности организации.

3. Предложите и сформируйте структуру коммуникационного агентства в зависимости от:

- а) характера предлагаемой услуги
- б) функциональных характеристик сотрудников
- в) территории работы.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течение семестра выполняются контрольные работы.

Экзамен проводится в устной форме. Все обучающиеся проходят тест. Далее, обучающийся получает 1 вопрос и 1 практико-ориентированное задание.

На подготовку к ответу по билету экзамена обучающемуся дается 20 мин.

Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочниками и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу.

При ответе на билет обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя.

В итоговой оценке учитываются результаты всех этапов (тест, вопрос, задание).

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83123.html">http://www.iprbooksh op.ru/83123.html</a>
Головлева Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование	Москва: Академический Проект	2016	<a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/60028.html">http://www.iprbooksh op.ru/60028.html</a>
Доброзракова, Г. А.	Современные теории массовой коммуникации	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2015	<a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/71884.html">http://www.iprbooksh op.ru/71884.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Беленко, В. Е., Беленко, М. П.	Имиджология. Стратегии и тактики имиджевой коммуникации	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2010	<a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/44920.html">http://www.iprbooksh op.ru/44920.html</a>



Автохутдинова, О. Ф., Рикардс, Марко, Амиров, В. М., Бессонов, С. И., Геруля, Марианн, Гоголева, И. О., Голоусова, Е. С., Горина, Е. В., Гризлюк, Л. В., Гусейнов, Р. Д., Дайхин, Т. Л., Зиновьева, Н. В., Исхаков, Р. Л., Каблуков, Е. В., Казарин, Ю. В., Кузовов, С. С., Лозовский, Б. Н., Малахеев, И. В., Мельник, Г. С., Олешко, В. Ф., Олешко, Е. В., Степаненко, А. А., Стечкин, И. В., Стровский, Д. Л., Ткаченко, Л. А., Тулупов, В. В., Хлызова, А. А., Цзидун, Ли, Цзя, Лежун, Юсупова, А. М., Олешко, В. Ф.	Профессиональная культура журналиста. Проблемы межкультурной коммуникации	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68378.html">http://www.iprbooksh op.ru/68378.html</a>
Душкина М. Р.	PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология	Санкт-Петербург: Питер	2016	<a href="http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=21769">http://ibooks.ru/reading.php? short=1&amp;productid=2 1769</a>
Кузнецов, М. М.	Опыт коммуникации в информационную эпоху. Исследовательские стратегии Т.В. Адорно и М. Маклюэна	Москва: Институт философии РАН	2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/18737.html">http://www.iprbooksh op.ru/18737.html</a>
Доброзракова, Г. А.	Журналистика в системе массовой коммуникации	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71829.html">http://www.iprbooksh op.ru/71829.html</a>
Прозерский В. В., Степанов М. А.	Визуальные коммуникации в современной культуре	СПб.: СПбГУПТД	2014	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1928">http://publish.sutd.ru/ tp_ext_inf_publish.ph p?id=1928</a>
Фоменко А.Н.	Технологии визуальной коммуникации	СПб.: СПбГУПТД	2014	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1901">http://publish.sutd.ru/ tp_ext_inf_publish.ph p?id=1901</a>
Прозерский В. В., Глинтерник Э. М.	Семиотика рекламной коммуникации	СПб.: СПбГУПТД	2014	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2104">http://publish.sutd.ru/ tp_ext_inf_publish.ph p?id=2104</a>
Романов, А. А.	Массовые коммуникации	Москва: Евразийский открытый институт	2010	<a href="http://www.iprbookshop.ru/10771.html">http://www.iprbooksh op.ru/10771.html</a>
Степанов М. А., Прозерский В. В.	Эстетика рекламной коммуникации	СПб.: СПбГУПТД	2014	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1909">http://publish.sutd.ru/ tp_ext_inf_publish.ph p?id=1909</a>
Степанов М. А.	Эстетика рекламной коммуникации	СПб.: СПбГУПТД	2019	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019102">http://publish.sutd.ru/ tp_ext_inf_publish.ph p?id=2019102</a>

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью [Электронный ресурс] // Российская ассоциация по связям с общественностью. – Режим доступа : <https://www.raso.ru/profstandart.php>.]
2. Группа компаний HeadHunter [HR for Business Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://spb.hh.ru/>]
3. SuperJob [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.superjob.ru/research/>
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvo/146/145/19/92>
5. Электронный научный журнал «Медиаскоп» –URL: [<http://www.mediascope.ru>]
6. Электронный научный журнал «МедиаАльманах» <http://mediaalmanah.ru/>
7. Сайт международной ассоциации консультантов в области связей с общественностью. URL: <http://www.icco.org>
8. Сайт ассоциации компаний консультантов в области связей с общественностью. URL: <http://www.akospr.ru>
9. Сайт профессионального PR-портала «Советник.ру». URL: <http://sovetnik.ru>
10. Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>.
11. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>.

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска