

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.04

Введение в коммуникационные специальности

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК Бренд-мен ЗАО №1-3-10.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.	Трудоё мкость, 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 Минобрнауки России 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

Хамаганова Ксения
Владимировна

Методический отдел:

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, для построения индивидуальной профессиональной траектории.

1.2 Задачи дисциплины:

- развить исходный уровень общепрофессиональных компетенций;
- дать базовые понятия и сформировать представление о коммуникационной сфере как отдельной сфере общественной и хозяйственной жизни;
- определить специфику и дать представление о спектре профессий в коммуникационной сфере, задать вектор профессионального развития;
- дать представления об особенностях реализации задач профессиональной деятельности в сфере прикладных коммуникаций в контексте цифровой трансформации и развития «сквозных» технологий.

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

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
Знать: специфику использования знаковых и медиа систем в коммуникационных специальностях как сфере профессиональной деятельности.
Уметь: применять базовые техники использования знаковых и медиа систем в системе коммуникаций как сфере профессиональной деятельности, в соответствии с нормами русского и иностранного языков.
Владеть: базовыми навыками анализа медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.
ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Знать: особенности современных технических средств и информационно-коммуникационных технологии используемых в профессиональной сфере.
Уметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности оптимальные технические и информационно коммуникационные технологии и платформы.
Владеть: навыком создания и обработки систематизированной информации для использования в коммуникативной деятельности.
ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Знать: основные этические и правовые регуляторы разработанные профессиональным сообществом; особенности проявления возможных проблемных ситуаций правового и этического характера в профессиональной деятельности.
Уметь: использовать социальные регуляторы в своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.
Владеть: 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. Цифровые инструменты сопровождения когнитивной деятельности. Ментальные карты.		0,5	0,5	10	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	10	ГД
Раздел 2. Коммуникационные науки					
Тема 3. Ключевые понятия коммуникационных наук. Информация, коммуникация, массовая информация, медиа.		1		12	ИЛ
Тема 4. Ключевые понятия коммуникационной сферы. Медиа сфера, медиaprостранство, публичность, медиакультура, медиакратия, медиаиндустрия. Цифровая трансформация публичности. Цифровой этикет. Перспективы развития медиаиндустрии в условиях цифровой среды. Фактчекинг		1		18	ИЛ
Тема 5. Индустрии 4.0. Цифровая трансформация коммуникационной сферы. «Сквозные» технологии. Практическое занятие: поиск кейсов использования передовых или «сквозных» технологий в коммуникационной сфере. Использование платформы для создания и проведения видеоконференций, вебинаров, интерактивных досок: zoom, telemost.yandex, webinar; поисковиков google, yandex; сервисов Google Trends, Wordstat.Yandex и Медиатренды;		1	1	18	АС
Раздел 3. Коммуникационные специальности					

Тема 6. Коммуникационные специальности как часть креативных индустрий. 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.	0,5	1	17	ГД
Тема 7. Структура специальностей в сфере коммуникаций. Практическое занятие: Мониторинг и анализ вакансий на рынке труда. Мониторинг популярных специальностей в сфере коммуникаций и смежных отраслях. Выявление и отслеживание трендов в Google Trends и Wordstat.Yandex и т.д. Использование в презентации исследования сервисов для создания инфографики:	0,5	1	20	ГД
Раздел 4. Современное состояние коммуникационной отрасли				
Тема 8. Коммуникационное агентство. Практическое занятие: мониторинг и анализ деятельности профессиональных коммуникационных агентств.	1	1	18	ГД
Тема 9. 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	1	12	ГД
Тема 10. Тенденции развития профессий в коммуникационной отрасли. Профессиональные информационные ресурсы в коммуникационной сфере, по рекламе и PR. Журналы. Справочники. Порталы и сайты. Атлас профессий будущего. Понятие «цифровые компетенции. Будущее рынка труда. Практическое занятие: мониторинг и анализ информационных ресурсов. Ориентирование в коммуникационных специальностях. Осуществить поиск оперативных теоретических и прикладных (консалтинг, аналитика) источников информации по коммуникационной сфере. Подготовка к практическим занятиям: составление глоссария - ключевых понятий для специалиста по коммуникациям.	1	2	20	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	8	155	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине	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	

	<p>на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки.</p> <p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p>	
--	---	--

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. Понятие «цифровые компетенции»
2	Коммуникационные науки.
3	Медиакультура и медиаиндустрия
4	Медиаполитика и медиакратия
5	Медиа сфера и публичная сфера
6	Конвергенция в СМИ
7	Целевая аудитория
8	Атрибуты медиа
9	Информация и коммуникация
10	Цифровая трансформация публичной сферы
11	Определение СМИ и их классификация
12	VR- / AR-решения для создания иммерсивного контента
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	Анализ больших данных о предпочтениях и поведении потребителей
20	Признаки социальных коммуникаций.
21	Классификации коммуникаций
22	Объекты исследований коммуникаций по схеме Гарольда Лассуэлла.
23	Основные определения и понятия сферы коммуникаций.
24	Исследование трендов и динамики запросов в Google Trends, Wordstat.Yandex и т.д.
25	Тенденции развития профессий в коммуникационной сфере
26	Основные направления и возможности использования «сквозных технологий» в профессии
27	Креативные индустрии и коммуникационные специальности

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) медиакommunikации
 - 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.
4. На выбор облучающегося сделать микроисследование применения одной из сквозных технологий в сфере коммуникаций:
 - сформулируйте ключевые принципы сквозной технологии;
 - дайте характеристику основным направлениям использования;
 - приведите примеры использования.
5. Назовите цифровые инструменты коммуникационной сферы (схема ответа – название сервиса, ссылка, назначение, операция, описание).

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

Экзамен проводится в устной форме. Все обучающиеся проходят предварительно интернет тестирование с сервисом onlinetestpad.com. 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
6.1.1 Основная учебная литература				
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П., Тишкова, М. В.	PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0	Москва: Альпина Паблицер	2020	http://www.iprbookshop.ru/96860.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/99362.html
Головлева, Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование	Москва: Академический проект	2020	http://www.iprbookshop.ru/110054.html
Степанов М. А.	Эстетика рекламной коммуникации	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019102

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>.
12. Атлас новых профессий. URL: <http://atlas100.ru/future/>
13. Агентство инноваций Москвы URL: www.innoagency.ru
14. Сервисы Yandex: (например «Яндекс.Метрика» — бесплатный интернет-сервис компании Яндекс, предназначенный для оценки посещаемости веб-сайтов, и анализа поведения пользователей).
15. Сервисы google.
16. Сервисы для создания инфографики: Easel.ly, <https://www.powtoon.com>, [Infogr.am](https://www.infogr.am) и др.
17. Сервисы видеоконференцсвязи и интерактивных досок: zoom, [telemost.yandex](https://telemost.yandex.ru), webinar; <https://www.spiderscribe.net>, <http://www.mindmeister.com>, <https://miro.com/> и др.

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