

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шапорова З.Е.

"25" 03 20 19 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" 03 20 19 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в коммуникационные специальности

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 1

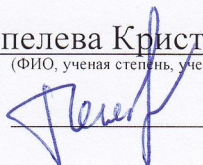
Семестр 1

Форма обучения очная

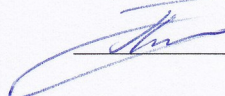
Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители: Чепелева Кристина Викторовна, к.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

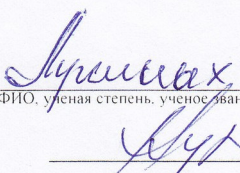
 «22» 09 2019 г.

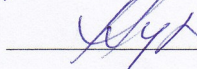
Рецензент: * Петриков А.А., начальник отдела продаж ООО «Авангард»
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 09 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01
Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриат), профиль Реклама
и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6/9 «22» 03
2019 г.

Зав. кафедрой  Л.Ф., г.т.н., доц.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 03 2019 г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ, а также внутренние структуры.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Жожашики
и управления АПК протокол № 7 «25» 03 20 19 г.

Председатель методической комиссии

Белова ЛА

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«25» 03 20 19 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) _____

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«18» 03 20 19 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ.....	5
1. ТРЕБОВАНИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ.....	5
1.1. Внешние и внутренние требования.....	5
1.2. Место дисциплины в учебном процессе.....	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.....	6
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины.....	8
4.2. Содержание модулей дисциплины.....	9
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	10
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	12
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ.....	13
4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....	13
4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы.....	15
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.....	16
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	16
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «ИНТЕРНЕТ».....	19
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	19
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	19
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	21
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	22
Изменения.....	24

Аннотация

Дисциплина Б1.О.14 «Введение в коммуникационные специальности» является дисциплиной обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-4, ОПК-5) компетенций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов: базового понятийного аппарата коммуникативистики; представления о специфике рекламы, связей с общественностью, журналистики как современных коммуникационных видах деятельности; дать общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, структуре рынка рекламы и PR в стране и в регионе. Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации, зачет с оценкой).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в различных формах (коллоквиум, тематическая конференция, проектное задание) и промежуточный контроль в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 часов), практические занятия (36 часов) и 54 часа самостоятельной работы студента, в том числе 18 часов в интерактивной форме.

Требования к дисциплине

1.1. Внешние и внутренние требования

Дисциплина Б1.О.14 «Введение в коммуникационные специальности» является дисциплиной обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных (ОПК-4, ОПК-5) компетенций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов: базового понятийного аппарата коммуникативистики; представления о специфике рекламы, связей с общественностью, журналистики как современных коммуникационных видах деятельности; дать общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, структуре рынка рекламы и PR в стране и в регионе. Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации, зачет с оценкой).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в различных формах (коллоквиум, тематическая конференция, проектное задание) и промежуточный контроль в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 часов), практические занятия (36 часов) и 54 часа самостоятельной работы студента, в том числе 18 часов в интерактивной форме.

1.2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» направлена на формирование у студентов базового понятийного аппарата коммуникативистики; представления о специфике рекламы, связей с общественностью, журналистики как современ-

ных коммуникационных видах деятельности; дать общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, структуре рынка рекламы и PR в стране и в регионе.

Процесс обучения включает в себя курс лекций и практических занятий. Студентам необходимо совершенствовать полученные на лекциях знания посредством самостоятельной работы и изучения дополнительной литературы, которая указана в программе.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Компетенции, формируемые в результате освоения.

Цель изучения дисциплины – раскрыть основное содержание объекта и предмета рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; рассмотреть историю становления и современное положение данной предметной области; рассмотреть основные сферы применения рекламных технологий и технологий паблик рилейнз.

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть основные понятия и термины в профессиональной сфере;
- ознакомить студентов с концепциями, связанными с развитием рекламы и связей с общественностью;
- сформировать навыки профессиональной этики;
- рассмотреть общее и частное в методах и приемах рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
- получение студентами базовых представлений о роли связей с общественностью в современном российском и мировом обществе, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития связей с общественностью как профессии, науки и отрасли.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- сферы применения связей с общественностью.
- основные виды рекламы, мероприятия по повышению имиджа фирмы,
- продвижения товаров и услуг на рынок, эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- эффективную коммуникационную инфраструктуру организации;

Уметь:

- анализировать основные виды рекламы, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

Владеть:

- основными формами деловой коммуникации, оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, формами проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы;
- навыками организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК – 4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной дея-	Знать: сферы применения связей с общественностью, основные виды рекламы, мероприятия по повышению имиджа организаций.

	тельности	Уметь: анализировать основные виды рекламы, мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью. Владеть: основными формами деловой коммуникации, оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, формами проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Знать: методы продвижения товаров и услуг на рынок, особенности рекламной деятельности и связей с общественностью, состав эффективной коммуникационной инфраструктуры организации. Уметь: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации. Владеть: навыками организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 кредит. ед. (108 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	ед.зач.	час.	По семестрам	
			№ 1	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108	108	
Контактная работа	1,5	54	54	
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме			18/6	
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме			36/12	
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР))/ в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	1,5	54	54	
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов			28	
самоподготовка к текущему контролю знаний			17	
Подготовка и сдача зачета с оценкой			9	
Вид контроля:			Зачет с оценкой	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная ра- бота (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1. Информационные основы коммуникационных специальностей	36	6	12	18
1.1 Информация и коммуникация. Виды информации: массовая, межличностная, социальная.	8	2	3	3
1.2 Разновидности социальной информации: журналистская, рекламная, PR-информация.	9	1	3	5
1.3 Массовые коммуникации. Система средств массовой коммуникации.	9	1	3	5
1.4 Реклама, связи с общественностью, журналистика, медиакоммуникации в системе средств массовой коммуникации.	10	2	3	5
Модуль 2. Профессиональная культура специалиста по коммуникациям.	36	6	12	18
2.1 Специальность и профессия. Профессиограмма специалиста по коммуникациям.	8	1	3	4
2.2 Коммуникационные специальности и специализации.	9	2	3	4
2.3 Правовое и этическое регулирование СМК.	10	2	3	5
2.4 Деловое общение специалиста по коммуникациям: устная и письменная формы	9	1	3	5
Модуль 3. Реклама и связи с общественностью как социальные институты	36	6	12	18
3.1 Связи с общественностью и реклама как социальные институты	12	2	4	6
3.2 Связи с общественностью и реклама: российский и региональный рынок. Субъекты рынка.	12	2	4	6
3.3 Рекламоведение и пиарология.	12	2	4	6
ИТОГО:	108	18	36	54

4.2 Содержание модулей дисциплины

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практиче- ские или семинарс- кие занятия	СРС	

1.	Модуль 1. Информационные основы коммуникационных специальностей 1.1 Информация и коммуникация. Виды информации: массовая, межличностная, социальная. 1.2 Разновидности социальной информации: журналистская, рекламная, PR-информация. 1.3 Массовые коммуникации. Система средств массовой коммуникации. 1.4 Реклама, связи с общественностью, журналистика, медиакommunikation в системе средств массовой коммуникации.	36	6	12	18	тематическая конференция, коллоквиум
		8	2	3	3	
		9	1	3	5	
		9	1	3	5	
		10	2	3	5	
2.	Модуль 2. Профессиональная культура специалиста по коммуникациям. 2.1 Специальность и профессия. Профессиограмма специалиста по коммуникациям. 2.2 Коммуникационные специальности и специализации. 2.3 Правовое и этическое регулирование СМК. 2.4 Деловое общение специалиста по коммуникациям: устная и письменная формы	36	6	12	18	тематическая конференция, коллоквиум, проектное задание
		8	1	3	4	
		9	2	3	4	
		10	2	3	5	
		9	1	3	5	

3.	Модуль 3. Реклама и связи с общественностью как социальные институты	36	6	12	18	тематическая конференция, коллоквиум
	3.1 Связи с общественностью и реклама как социальные институты	12	2	4	6	
	3.2 Связи с общественностью и реклама: российский и региональный рынок. Субъекты рынка.	12	2	4	6	
	3.3 Рекламоведение и пиарология.	12	2	4	6	
7.	ВСЕГО:	108	18	36	54	зачет с оценкой

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Информационные основы коммуникационных специальностей		зачет с оценкой	6
	1.1 Информация и коммуникация. Виды информации: массовая, межличностная, социальная.	Лекция № 1. Информация и коммуникация. Виды информации: массовая, межличностная, социальная.		2
	1.2 Разновидности социальной информации: журналистская, рекламная, PR-информация.	Лекция № 2. Разновидности социальной информации: журналистская, рекламная, PR-информация.		1
	1.3 Массовые коммуникации. Система средств массовой коммуникации.	Лекция № 3. Массовые коммуникации. Система средств массовой коммуникации.		1
	1.4 Реклама, связи с общественностью, журналистика, медиакоммуникации в системе средств массовой коммуникации.	Лекция № 4. Реклама, связи с общественностью, журналистика, медиакоммуникации в системе средств массовой коммуникации.		2
2.	Модуль 2. Профессиональная культура специалиста по коммуникациям.		зачет с оценкой	6
	2.1 Специальность и профессия. Профессиограмма специалиста по коммуникациям.	Лекция № 5. Специальность и профессия. Профессиограмма специалиста по коммуникациям.		1

¹ Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	ям.			
	2.2 Коммуникационные специальности и специализации.	Лекция № 6. Коммуникационные специальности и специализации.		2
	2.3 Правовое и этическое регулирование СМК.	Лекция № 7. Правовое и этическое регулирование СМК.		2
	2.4 Деловое общение специалиста по коммуникациям: устная и письменная формы	Лекция № 8. Деловое общение специалиста по коммуникациям: устная и письменная формы		1
3.	Модуль 3. Реклама и связи с общественностью как социальные институты		зачет с оценкой	6
	3.1 Связи с общественностью и реклама как социальные институты	Лекция № 9. Связи с общественностью и реклама как социальные институты		2
	3.2 Связи с общественностью и реклама: российский и региональный рынок. Субъекты рынка.	Лекция № 10. Связи с общественностью и реклама: российский и региональный рынок. Субъекты рынка.		2
	3.3 Рекламоведение и пиарология.	Лекция № 11. Рекламоведение и пиарология.		2
	ИТОГО:			18

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Информационные основы коммуникационных специальностей		тематическая конференция	12
	1.1 Информация и коммуникация. Виды информации: массовая, межличностная, социальная.	Занятие № 1. Информация и коммуникация. Виды информации: массовая, межличностная, социальная.	коллоквиум	3
	1.2 Разновидности социальной информации: журналистская, рекламная, PR-информация.	Занятие № 2. Разновидности социальной информации: журналистская, рекламная, PR-информация.	коллоквиум	3
	1.3 Массовые коммуникации.	Занятие № 3. Массовые коммуникации. Система средств массовой	коллоквиум	3

² Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Система средств массовой коммуникации.	коммуникации.		
	1.4 Реклама, связи с общественностью, журналистика, медиакommunikation в системе средств массовой коммуникации.	Занятие № 4. Реклама, связи с общественностью, журналистика, медиакommunikation в системе средств массовой коммуникации.	коллоквиум	3
2.	Модуль 2. Профессиональная культура специалиста по коммуникациям.		тематическая конференция	12
	2.1 Специальность и профессия. Профессиограмма специалиста по коммуникациям.	Занятие № 5. Специальность и профессия. Профессиограмма специалиста по коммуникациям.	проектное задание	4
	2.2 Коммуникационные специальности и специализации.	Занятие № 6. Коммуникационные специальности и специализации.	коллоквиум	4
	2.3 Правовое и этическое регулирование СМК.	Занятие № 7. Правовое и этическое регулирование СМК.	коллоквиум	4
	2.4 Деловое общение специалиста по коммуникациям: устная и письменная формы	Занятие № 8. Деловое общение специалиста по коммуникациям: устная и письменная формы	коллоквиум	4
3.	Модуль 3. Реклама и связи с общественностью как социальные институты		тематическая конференция	12
	3.1 Связи с общественностью и реклама как социальные институты	Занятие № 9. Связи с общественностью и реклама как социальные институты	коллоквиум	4
	3.2 Связи с общественностью и реклама: российский и региональный рынок. Субъекты рынка.	Занятие № 10. Связи с общественностью и реклама: российский и региональный рынок. Субъекты рынка.	коллоквиум	4
	3.3 Рекламоведение и пиарология.	Занятие № 11. Рекламоведение и пиарология.	коллоквиум	4
	ИТОГО:			36

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Применяются следующие формы организации самостоятельной работы:

организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.

работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
подготовка к практическим занятиям;
самотестирование по контрольным вопросам (тестам).

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Информационные основы коммуникационных специальностей		18
	1.1 Информация и коммуникация. Виды информации: массовая, межличностная, социальная.	Понятие и виды внутренних коммуникаций. Нисходящие, восходящие, горизонтальные, диагональные; текущие и ситуационные; личные и неличные; формальные и неформальные; отраслевые и функциональные; индивидуальные и институциональные; локальные, региональные, национальные и глобальные. Значимость внутренних коммуникаций. Правила внутренних коммуникаций. Устные и документальные каналы внутренней коммуникации: особенности использования. Функции документальных внутриорганизационных изданий.	2
	1.2 Разновидности социальной информации: журналистская, рекламная, PR-информация.	Сравнительный анализ основных подходов к определению PR: социальный, управленческий, маркетинговый. Возникновение, этапы и тенденции развития PR. Айви Ли, Липпман, Сэм Блэк. Взаимосвязь PR со смежными областями деятельности: пропаганда, общественная (в т.ч. массовая) информация, реклама. Модели и сущность коммуникаций в смежных областях деятельности. Основные направления PR.	2
	1.3 Массовые коммуникации. Система средств массовой коммуникации.	Понятие массовой коммуникации. Социальные функции массовой коммуникации. Основные каналы массовой коммуникации: массовые периодические печатные издания, радиовещание, телевидение.	2
	1.4 Реклама, связи с общественностью, журналистика, медиакоммуникации в системе средств массовой коммуникации.	Реклама как коммуникация. Специфика Интернет-коммуникации. Социокультурные особенности коммуникации в сетевых сообществах. Анализ газетных публикаций. Типы публицистических статей: новостная, информационная, аналитическая, художественная, рекламная, смешанная. Функции СМИ: антенны, усилителя, фокуса, призмы, эхо.	2
	Самоподготовка к коллоквиуму		8
	Самоподготовка к тематической конференции		2
2.	Модуль 2. Профессиональная культура специалиста по коммуникациям.		18
	2.1 Специальность и профессия. Профессиограмма специалиста по коммуни-	Понятие о профессии специалиста в области медиа. Объективные и субъективные аспекты профессиональной деятельности. Деловая карьера	1

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
	кациям.	и ее основные виды.Этапы деловой карьеры. Основные сферы работы специалиста в области медиа.	
	2.2 Коммуникационные специальности и специализации.	Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста в области рекламы и связей с общественностью	1
	2.3 Правовое и этическое регулирование СМК.	Основы профессиональной деятельности PR: законодательные, этические и организационные. Достоинства и недостатки собственных отделов по связям с общественности и внешних специалистов по PR. Функции специалиста по связям с общественностью, его личностные и профессиональные качества. Российская ассоциация по связям с общественностью: история становления и развития.	2
	2.4 Деловое общение специалиста по коммуникациям: устная и письменная формы	Основные шаги карьеры. Принципы и факторы, способствующие продвижению. Качества необходимые для успешной карьеры. Зависимость карьеры от сферы деятельности. Требования к профессиональным и личностным качествам.	2
	Самоподготовка к коллоквиуму		6
	Самоподготовка к тематической конференции		2
	Самоподготовка к проектному заданию		4
3	Модуль 3. Реклама и связи с общественностью как социальные институты		9
	3.1 Связи с общественностью и реклама как социальные институты	Определение и сущность понятия «общественность» в PR. Личные, психологические, образовательные, семейные, статусные, этнические факторы, определяющие поведение целевой аудитории.	1
	3.2 Связи с общественностью и реклама: российский и региональный рынок. Субъекты рынка.	Определение и свойства общественного мнения: направленность, интенсивность, стабильность, насыщенность. Функции общественного мнения: оценочная, консультативная, аналитическая, воспитательная. Методы изучения общественного мнения: достоинства и недостатки наблюдения, анкетного опроса, анализа документов в контексте изучения общественного мнения.	1
	3.3 Рекламоведение и пиарология.	Реклама: понятие, функции, виды. Влияние на общество. PR: понятие, объект, субъект, цели, задачи, функции. Внутренний PR. Внешний PR. Политический PR. Социальный PR. PR в шоу-бизнесе. Черный PR. Виды PR-мероприятий. Промо-акции. Пресс- конференция. Конференция. Product-placement. Спонсорство. Благотворительность. Круглый стол. Корпоративный праздник. Проведение пресс-конференции. Конкретные случаи использования PR.	1
	Самоподготовка к коллоквиуму		4
	Самоподготовка к тематической конференции		2
Итого СРС			45
Подготовка и сдача зачета с оценкой			9
Итого, включая зачет с оценкой			54

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Курсовая работа учебным планом **не предусмотрена**.

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
ОПК – 4	М2	М1	М3	Зачет с оценкой
ОПК-5	М1	М2	М3	Зачет с оценкой

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

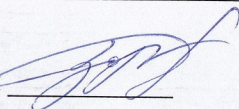
Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Введение в коммуникационные специальности

Дополнительная										
Вид занятия й	Наименование	Авторы	Издательство	Год изда ния	Вид издания		Место хранения		Необходи -мое количеств о экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://biblio- online.ru/bcode/43365 6
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			
Дополнительная										

	Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+			3
	Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblio-online.ru/bcode/413802
	Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblio-online.ru/bcode/415427
	Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+				https://urait.ru/bcode/413192
	Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+				https://urait.ru/bcode/425190
	Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425906
	Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425844
	Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425868
	Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+				https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки



6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
- Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
- СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
- «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

Другие материалы к занятиям:

- Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".
- Указ Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. №646 «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации»
- Распоряжение правительства РФ от 20 июля 2013 года №1268-р «Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года»
- Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»

6.3 Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Таблица 10

Рейтинг план дисциплины

Модуль	Баллы по видам работ				ИТОГО
	тематическая конференция	коллоквиум	проектное задание	Зачет с оценкой	

M ₁	5	15	-		20
M ₂	5	15	25		45
M ₃	5	15	-		20
Зачет с оценкой				15	15
ИТОГО:	15	45	25	15	100

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» производится в дискретные временные интервалы в следующем виде: (коллоквиум, тематическая конференция, проектное задание).

Промежуточный контроль в первом календарном модуле – зачет с оценкой.

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности».

Обучающийся, не сдавший зачет с оценкой, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/news/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 4-13 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, 2 инсталляционных акустических системы AMIS INSTALL30W, кафедра для мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E.

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2 Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенным шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Чепелева К.В.

к.э.н., доцент



РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу
дисциплины «Введение в коммуникационные специальности»
для направления подготовки
43.03.02 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» для направления подготовки 43.03.02 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе основной целью курса освоение принципов, методов и современных технологий эффективного управления. Программа отвечает современным требованиям к обучению и практическому овладению прикладными методами управления и отражает современные тенденции в обучении и воспитании личности.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования качественной подготовки учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, показано распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавр по направлению 43.03.02 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» и может быть рекомендована для высших учебных заведений.

Рецензент:

Начальник отдела продаж
ООО «Авангард»



Петриков А.А.